မပြိုင်ဘဲ
နိုင်အောင်လုပ်ပါ

DR. PHYO PAING

WHISPER OF WORDS

DR. PHYO PAING

WHISPER of WORDS

Subscribe Telegram Channel

https://t.me/TheBookR

About Us

ကျွန်တော်တို့အဖွဲ့သည် မြန်မာနိုင်ငံအတွင်းက e-Books Reader အသုံးပြုသူများနှင့် Digital Devices တွေမှာ စာဖတ်သူများ အတွက် မြန်မာစာအုပ်များကို ဖတ်ရှုနိုင်စေရန် ကူညီပေးဖို့ ရည်ရွယ် ဖွဲ့စည်းထားသော အဖွဲ့ဖြစ်ပါသည်။

တိုးတက်လာသော နည်းပညာများအရ e-books Reader အသုံးပြုသူများလည်း များပြားလာပြီ ဖြစ်သော်လည်း နိုင်ငံတွင်းမှတော့ e-books Reader အသုံးပြုသူများ အတွက် မြန်မာစာအုပ် ဖတ်ရှုနိုင်ရန် အလွန် ခက်ခဲလျက်ရှိသည်။

ထို့ပြင်လက်ရှိမှာလည်း မြန်မာစာအုပ်များကို Digital နည်းဖြင့် ဖြန့်ဝေမှု လုံးဝ မရှိသလောက် ဖြစ်သည်။

ထိုအခက်ခဲများကိုကျနော်တို့တတ်နိုင်သည့်ဘက်မှကူညီပေးနိုင်ရန် ရည်ရွယ်ပြီး ပြုလုပ်ထားခြင်းဖြစ်ပါသည်။

မူပိုင်ခွင့်ချိုးဖေါက်ပြီးကိုယ်ကျိုးအတွက်လုံး၀(လုံး၀)အသုံးမပြုပါ။

"စာရေးဆရာများနှင့် စာပေထုတ်လုပ်ရေးများသို့ ပန်ကြားချက်"

စာပေထုတ်ဝေသူတို့နှင့် ဆရာ၊ ဆရာမများ အနေဖြင့် မြန်မာနိုင်ငံအတွင်းက e-Books Market အတွက်ကိုလည်း ဖြည့်ဆည်းပေးနိုင်ရန် အကြံပြုလိုပါသည်။ eBooks Digital Marketဟာ မြန်မာနိုင်ငံမှာ ကြီးမားစွာ ရှိနေပါပြီ။

Digital Product ဖြစ်သည့်အတွက် ဆရာ၊ ဆရာမများ အတွက်လည်း ပိုမိုအကျိုးများပါသည်။

ကျွန်ုပ်တို့ ယခုကဲ့သို မူပိုင်ခွင့် ချိုးဖေါက်နေမှုများကိုလည်း လိုအပ်ချက်အရဟု နားလည်ခွင့်လွတ်ပေးပြီး စာချစ်သူ၊ စာဖတ်သူများ ဆီသို့ တစ်နည်းနည်းနှင့် ပို့ပေးနေသည်ဟု နားလည် ပေးကြပါရန် ပန်ကြားတောင်းဆိုအပ်ပါသည်။

"စာဖတ်သူများသို့ ပန်ကြားချက်"

စာဖတ်သူများသို့ ပန်ကြားလိုသည်မှာ eBook ဖတ်ပြီးလို့ "ကြိုက်နှစ်သက်တယ်" စာရေးသူများအား "အသိမှတ် ပြုသင့်တယ်" လို့ ယူဆပြီး ဖတ်ပြီးသွားလျှင်တောင် လက်လှမ်းမှီပါက မူရင်းစာအုပ်ကို ဝယ်ယူအားပေးကြပါ။

စာအုပ်များဝယ်ယူမှု မရှိလျှင် မိမိကြိုက်သော ဆရာ၊ ဆရာမတို့ နောက်ထပ် နောက်ထပ်သော ဖန်တီးမှုတို့ ပြုလုပ်ရန် ခက်ခဲပါလိမ့်မည်။ ထိုအခါ စာချစ်သူ၊ စာဖတ်သူများနှင့် မြန်မာနိုင်ငံ စာပေလောက အတွက် အနာဂတ် ကလေးငယ်များ အတွက် များစွာ နစ်နာကြပါလိမ့်မည်။

ကျွန်တော်တို့ အဖွဲ့သားများဆိုလျှင်လည်း (Ebook ရှိလျှင်) Ebook များ ကို အရင်က ဖတ်ကြပါသည်။

ပြီးလျှင် စာရေးဆရာတို့အား "အသိမှတ်ပြုသောအားဖြင့်" တစ်ခုတည်းကို ရည်ရွယ်ပြီး စာအုပ် ဝယ်လိုက်တာတွေ များစွာရှိပါသည်။

ထို့ကြောင့် လက်လှမ်းမှီပါက မိမိကြိုက်နှစ်သက်သော ဆရာ၊ ဆရာမတို့၏ မူရင်းစာအုပ်များကို ဝယ်ယူအားပေးကြဖို့ တိုက်တွန်းပါသည်။

အခကြေးငွေဖြင့် ရောင်းချခြင်း မပြုရ

အကယ်၍ ဤစာအုပ်အတွက် အဖိုးအခ တစ်စုံတစ်ရာ ပေးခဲ့ပြီး ရခဲ့သည် ရှိသော် ဂျင်းထည့်ခံရပြီ မှတ်ပါ။

စာရေးသူ၏ ကိုယ်ရေးအကျဉ်း

အဘိုးက FRC ဖြစ်တဲ့အတွက် အဖေတို့၊ အဒေါ်တို့လက်ထက်တုန်းက ဆေးကျောင်းတက်ခွင့် မရခဲ့ဘူး။ သူတို့ကို ကတိပေးထားတဲ့အတိုင်း ဆေးကျောင်းကို ပြီးအောင်တက်ခဲ့တယ်။ စတုတ္ထတန်းပြီးကတည်းက အဖေ မရှိတော့တဲ့အတွက် ဈေးထဲမှာ ဆိုင်စောင့်ရင်း၊ ကျောင်းတစ်ဖက် တက်ရင်း အချိန်ကုန်ခဲ့တယ်။ ကျောင်းပြီးတော့ ကျောင်းတက်တုန်းက ကျားကုတ်ကျားခဲစုခဲ့တဲ့ငွေနဲ့ Meebook E-Reader လေးကို တရုတ်က သွင်းပြီး အကုန်ရင်းလိုက်တယ်။ အရင်းပါပြုတ်သွားတယ်။ ဒါကြောင့် စီးပွားရေးစီမံခန့်ခွဲမှုပညာကို ထဲထဲဝင်ဝင်လေ့လာဖို့ ဆုံးဖြတ်ပြီး ကျွန်တော် သင်တန်းတွေတက်ခဲ့တယ်။

နိုင်ငံတကာ ဆေးကုမ္ပဏီကြီးတစ်ခုမှာ အလုပ်ဝင်လုပ်ပြီး ကုမ္ပဏီတွေအလုပ်လုပ်ပုံ လေ့လာခဲ့တယ်။ ကိုယ်တိုင် ဖုန်းဆိုင်ဖွင့်ပြီး လေ့လာထားတဲ့ပညာရပ်တွေကို အသုံးပြုပြီး လက်လွှဲနိုင်အောင် စမ်းကြည့်သလို တွေ့ကြုံခဲ့တဲ့ပြဿနာတွေကို အဖြေရှာရင်း SME လုပ်ငန်းရှင်နဲ့ စွန့်ဦးတီထွင်တွေကို ကိုယ်သိထားတာတွေ ပြန်လည်ဝေမျှပေးဖြစ်ခဲ့တယ်။ အင်မတန်လေးစားရတဲ့ Marketing Guru ကြီး Seth Godin နဲ့တွေ့ပြီး မားကက်တင်းနဲ့ Business အပေါ်မြင်တဲ့ အမြင် တအားပြောင်းသွားတယ်။ ၂၀၁၅ မှာ ပညာရေးနဲ့ အပြောင်းအလဲ လုပ်ဖို့ YEC Learning Center ကို စတင်ခဲ့တယ်။ ကုမ္ပဏီပေါင်း နှစ်ရာကျော်ကို Corporate Training ပေးခဲ့တယ်။

Training နဲ့ Seminar ပေါင်း ၂၅၀ ကျော်နဲ့ လူသိများကြတဲ့ Toe Tet Online Learning Dream Lab Akyanpay Sapwar တို့ရဲ့ မိခင်ကုမ္ပဏီဖြစ်တဲ့ YEC Company ကို တည်ထောင်ခဲ့တယ်။ ၂၀၂၂ ခုနှစ်၊ ဒီဇင်ဘာလမှာတော့ YEC Learning ကနေ Higher Education Institution တစ်ခုအဖြစ် New Next University ကို အဆင့်မြှင့် တည်ထောင်ခဲ့ပါတယ်။ ရည်မှန်းချက်ကြီးတဲ့လူတွေကို ကူညီဖို့ Personal Professional နဲ့ Business Development တွေကို ကူညီဖို့က YEC Company ရဲ့သမိုင်းပေးတာဝန်ဖြစ်ပါတယ်။

ဘဝဆိုတာ ကိုယ့်အစွမ်းအစ ဘယ်လောက်ရှိလဲဆိုတာ စမ်းသပ်ရာနေရာလို့ ခံယူထားပါတယ်။ဘာပဲဖြစ်ဖြစ် ဆုံးဖြတ်ပြီးရင် ဖြစ်အောင်လုပ်ပါ။ အနာဂတ်ပုံရိပ်က အတိတ်ထက် ပိုကြည်လင် ပြတ်သားဖို့လိုပါတယ်။ ကျွန်တော် အမြဲပြောနေကျ လက်ကိုင် ဆောင်ပုဒ်က "ဘူကောင်တွေကို ရှောင်" နဲ့ "ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် ဂုဏ်ယူတဲ့ အလုပ်တွေ နေ့စဉ်လုပ်ပါ"
ပဲဖြစ်ပါတယ်။"လူတွေမမှတ်မိလောက်အောင်တိုးတက်ပြောင်းလဲလိုက်ပါ"စာအုပ်ကိုလည

ပုံနှိပ်မှတ်တမ်း

ပုံနှိပ်ခြင်း-ပထမအကြိမ်၊ ဩဂုတ်လ၊ ၂၀၂၄

အုပ်ရေ-၃,၀၀၀

မျက်နှာဖုံးဒီဇိုင်း-မြတ်မင်းလူ

အတွင်းအပြင်အဆင်-ဇင်ဝေဝေရှိန်

ပုံနှိပ်သူ-ဦးတင်အောင်ကျော်-စွယ်တော်ပုံနှိပ်တိုက် (၀၀၄၁၁) အမှတ် ၁၄၇ ၊ ၅၁ လမ်း (အပေါ်) ပုဇွန်တောင်မြို့နယ်၊ ရန်ကုန်မြို့။

ထုတ်ဝေသူ-ဦးဟိန်းဇော်-ဇာတိမြေစာပေ၊ (၀၃၁၂၅) အမှတ်(၁၁၀၄)၊ ဣန္ဒာ ၇ လမ်း မြောက်ဥက္ကလာပမြို့ နယ်၊ ရန်ကုန်မြို့။

စာမူ မူပိုင်-DR. Phyo Paing

တန်ဖိုး-၁၄,၀၀၀ ကျပ်

ထုတ်ဝေသည့် စာအုပ် ကတ်တလောက်အညွှန်း (CIP)

DR. PHYO PAING မပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင်လုပ်ပါ

ဇာတိမြေစာပေ၊ ရန်ကုန်မြို့။

DR. PHYO PAING ၊ စာ-၁၄၆၊ ၁၄.၆ x ၂၁.၆ စင်တီ (၁) မပြိုင်ဘဲ
နိုင်အောင်လုပ်ပါ

မာတိကာ

1. စာရေးသူ၏ အမှာစာ

2. Introduction

3. ဘ၀ကို အကြည်ဓာတ်အပြည့်နဲ့ ဖြတ်သန်းချင်ရင်

4. ကိုယ့်နှလုံးသားအသံ ပြန်နားထောင်ဖို့လိုတတ်တယ်

5. ဖြစ်ချင်တာကို ဖြစ်အောင်လုပ်ဖို့နည်းလမ်းနဲ့ စည်းကမ်း လိုတယ်

6. မပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင်လုပ်ပါ

7. မပြိုင်ဘဲနိုင်ဖို့ အချက် ၇ ချက်

8. မနိုင်နိုင်တဲ့ပြိုင်ပွဲတစ်ခုကို မပြိုင်နဲ့

9. တိုက်ရိုက်မပြိုင်နဲ့၊ တတိယလမ်းက သွားပြီးမပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင်လုပ်လို့ရတယ်

10. လုပ်ငန်းတစ်ခု စတော့မယ်ဆိုရင်

11. စနစ်ကျဖို့ စနစ်ချပါ

12. ဦးဆောင်သူအပေါ် ဘယ်လောက်မှီခိုလဲ

13. စီးပွားရေးကိုပဲ မတည်ဆောက်နဲ့ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် တည်ဆောက်ပါ

14. ပြဿနာ ၇ ခု

15. စီးပွားရေးဆိုတာ သူများမမြင်တာကိုမြင်မှ ပွားတာ

16. စီးပွားရေးလမ်းပြ မြေပုံ(Akyanpay 5S Framework)

17. အကြောက်တရားများကို ဖယ်ထုတ်လိုက်ပါ

18. ငွေရှာနည်း ၁၀၁

19. အနာဂတ်အမြင် Vision

20. လုပ်သား နဲ့ အလုပ်ရှင်

21. အိမ်စာလုပ်ပါ

22. လုပ်ငန်းရှင်တစ်ယောက် ကိုယ်ရည်ကိုယ်သွေး ၄ မျိုး

23. Leader Manager

24. လုပ်ငန်းအတွက် ကိုယ်ပိုင်အယူအဆရှိပါ

25. အကြည်တတ် မပျောက်ပါစေနဲ့

26. ကိုယ့်ရဲ့ Winning Formula က ဘာလဲသေချာသိဖို့လိုတယ်

27. Planning > Plan

28. ကိုယ်မပါဘဲ၊ ဒါမှမဟုတ် ပါဝင်မှုအနည်းဆုံးနဲ့ လည်ပတ်တဲ့လုပ်ငန်းတည်ဆောက်ဖို့ အဆင့် ၃ ဆင့်

29. ပါဝါ Niche ဒိုင်လျှို့ဈေးကွက်တစ်ခု ထားပါ

30. ကိုယ့်ရဲ့အတွေး၊ အကြံ၊ အလုပ်ကို ဂရုပြုပါ

31. လုပ်ငန်းကို ထုတ်ကုန်တစ်ခုလို စဉ်းစားကြည့်ပါ

32. အသုံးချစိတ်ပညာကို လေ့လာပါ

33. အစပိုင်းမှာ ၁၀ ရာခိုင်နှုန်းလောက်ပဲ မျှော်မှန်းပြီး စိတ်လျှော့ကြည့်ပါ

34. အောင်မြင်တဲ့လုပ်ငန်းရှင်တိုင်းက တွက်ကတ်မနေဘူး

35. အမှတ်တံဆိပ် တည်ဆောက်ပါ

36. ကိုယ့်ရဲ့စူပါပါဝါ ကိုယ်သိပါ

37. ဘယ်လိုပုံစံနဲ့ စီးပွားရေးလုပ်မှာလဲ

38. မော်ဒယ်များရင် မယ်တော်လည်း မကယ်နိုင်ဘူး

39. ကိုယ့်နဲ့ကိုက်ညီတဲ့ Business Model တည်ဆောက်ပါ

40. ရှာသောသူ တွေ့၏၊ မရှာရင် မတွေ့

41. ဂေဟစနစ် တည်ဆောက်ပါ

42. လုပ်ငန်းတွေ ကျဆုံးရတဲ့ အဓိကအကြောင်းရင်း

43. စနစ်က အဖြေပဲ (System is the Solution)

44. စီးပွားရေးမှာ Do or Die မဟုတ်ဘူး

45. တိုးတက်နေတဲ့လုပ်ငန်းရဲ့ ဦးဆောင်သူလုပ်ငန်းရှင်တယောက်မှာ STAR ရှိရမယ်

46. ဘယ်လိုမန်နေဂျာမျိုးလဲ သိဖို့

47. ဖောက်သည်မရှိရင် မရှင်သန်ဘူး

48. လုပ်ငန်းလွှဲတဲ့အဆင့်

49. သင်တန်းဆရာလိုပဲ

50. စီးပွားရေးက စီးပွားရေးထက်ပိုပါတယ်

51. ဒီ “S” လေးလုံးကို အသုံးချဖို့လိုတယ်

52. သာမန်ဆိုတာ ကျဆုံးရေးဖော်မြူလာပဲ

53. လုပ်ငန်းနဲ့ ဘီးလေးဘီး

54. ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် အမှတ်တွေ ပြန်ပေးကြည့်

55. “မ’ ခြောက်လုံး

56. လုပ်ရင်းနဲ့ သိသွားတဲ့သူတွေ(Learning by Doing)

57. ကလေးတစ်ယောက်လို ပြုစုပျိုးထောင်ပါ

58. လူတိုင်း သဘောကျစေချင်ရင် ရေခဲမုန့်ရောင်း

59. စီးပွားရေးတစ်ခုမှာ အရေးကြီးတဲ့ ခံယူချက်

60. ယူဆချက်တွေကို မေးခွန်းထုတ်ပါ

61. ပုံမှန်လေ့လာဖို့ အချိန်ပေးပါ

62. စိတ်ရှည်ရှည်ထားဖို့တော့ လိုတယ်

63. ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် အမှတ်ပြန်ပေးကြည့်ပါ

64. ကိုယ့်ဝန်ထမ်းတွေကို ပျော်ပြဖြစ်လား

65. PDCA

66. စီးပွားရေးမှာ ‘သာ’ ထက် “ကွာ’ က ပိုအရေးကြီးတယ်

67. ပြေးလေ ဝေးလေဖြစ်နေသလား

68. လူအဓိကနဲ့ သွားမှာလား၊ နည်းပညာအဓိကနဲ့ သွားမှာလား ကောင်းရုံနဲ့မရ၊ တော်ဖို့လည်းလိုတယ်

69. ရှာတဲ့ပုံစံမတူရင် ပြန်ရတဲ့အမြတ်တွေ မတူဘူး

70. ရှင်ကျန်ပြီး ကြီးထွားနေဖို့မဟာဗျူဟာက အရှင်ဖြစ်နေဖို့လိုနိုင်တယ်

71. Business Environment Analysis

72. ဘဝနေထိုင်မှု စီးပွားရေးမော်ဒယ်

73. Small Businessနဲ့ Startup

74. Business Growth & Technology

75. ပန်းကောင်း ရချင်ရင် သေချာပြုစုပျိုးထောင်ဖို့ နည်းလမ်းလိုတယ်

76. ကျွန်တော် ယုံကြည်တဲ့ RISE

77. ပင်ပန်းပြီး အလုပ်မဖြစ် ဖြစ်နေပြီလား၊ဒါလေးသိသွားရင် အကြွံတစ်ခုရသွားလိမ့်မယ်

78. ပြဿနာဆိုတာ အဖြေရှာဖို့ပါ

79. ရှာစရာမလိုဘဲ လာအောင်လုပ်ဖို့

80. References

စာရေးသူ၏ အမှာစာ

မင်္ဂလာပါ။ ပျော်ရွှင်မှုရဲ့ရန်သူကတော့ တခြားသူတွေနဲ့နှိုင်းယှဉ်ခြင်း နဲ့ တခြားသူတွေအပေါ် မျှော်မှန်းချက်တွေ တအားထားလွန်းခြင်းပဲ ဖြစ်ပါတယ်။ လူတွေက တစ်ယောက်နဲ့တစ်ယောက် အားသာချက် မတူကြပါဘူး။ မွေးရာပါ ပါရမီ၊ မတွေးဘဲမနေနိုင်တဲ့ဝါသနာ၊ကျွမ်းကျင်မှု၊တန်ဖိုးထားမှု၊စဥ်းစားတဲ့ပုံစံ၊ ဘဝရဲ့ရည်ရွယ်ချက်နဲ့ ကိုယ်အပေါင်းအသင်းလုပ်ချင်တဲ့သူ၊ စိတ်ကူးထဲက ဝန်ဆောင်မှု ပေးချင်တဲ့သူ အမျိုးမျိုးကွဲပြားနိုင်ပါတယ်။

ဒါကြောင့် ဘဝဆိုတာ ကိုယ်လိုချင်တဲ့ ရည်မှန်းချက် ပန်းတိုင်ရဖို့ တိုက်ရိုက်မပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင် လုပ်လို့ရနိုင်တယ်လို့ ယုံကြည်ပါတယ်။ အိုင်းစတိုင်းပြောသလို လူတိုင်းက ဂျီးနိယက်ပါ။ ငါးတစ်ကောင်ရဲ့စွမ်းဆောင်ရည်ကို သစ်ပင်တက်ခြင်းနဲ့ သတ်မှတ် တဲ့အခါ တစ်သက်လုံး တန်ဖိုးမရှိသူအဖြစ် နေသွားနိုင်တယ်တဲ့။ အလားတူပါပဲ လူတိုင်းမှာ Winning Formula အောင်နိုင်ရေး ဖော်မြူလာတွေ မတူကြပါဘူး။ ဒါနဲ့ပတ်သက်လို့ Akyanpay.comအတွက် ရေးထားတဲ့ တွေးစရာစာစုလေးတွေထဲမှတချို့ကို စုစည်းပြီး တွေးလို့ရအောင် "မပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင်လုပ်ပါ' အမည်နဲ့ ဒုတိယ စာအုပ် ထုတ်ဝေလိုက်ခြင်းဖြစ်ပါတယ်။

ကျွန်တော်အဓိကရည်ရွယ်ချက်ကတော့ "ပညာရေးနဲ့ နည်းပညာအသုံးပြုပြီး လူသားတွေရဲ့ဘဝ တိုးတက်ပြောင်းလဲအောင် ကူညီပေးဖို့ပါ။" အမေကလည်း မြန်မာကျောင်းဆရာမ၊ အဘိုးကလည်း ကျောင်းဆရာဖြစ်တဲ့အတွက် စာသင်တဲ့သွေးပါတဲ့ အလျောက် စီးပွားရေး၊ စွန့်ဦးတီထွင်မှုနဲ့ မားကက်တင်းပညာရပ်တွေကို သင်ကြား ပေးရင်း ဒစ်ဂျစ်တယ်နည်းပညာပိုင်းမှာ ကိုယ်မပါဘဲ လည်တဲ့လုပ်ငန်း တည်ဆောက်ရေးဖြစ်စဥ်မှာကူညီပြီး Strategic Plan ချမှတ်နိုင်ဖို့ www.akyanpay.com www.akyanpay.ai လူတွေမမှတ်မိလောက်အောင် တိုးတက်ပြောင်းလဲအောင် ကူညီပေးဖို့ Toe Tet Online Learning Platform www.toetet.com နေ့စဥ် စာတစ်အုပ်ဖတ်နိုင်ဖို့ www.dreamlab.news နဲ့ ပညာရှင်တွေ အနေနဲ့ ကိုယ်ရေးထားတဲ့စာ၊ ဗီဒီယိုနဲ့ Content တွေကို စာကြည့် တိုက်တစ်ခုလို Content Library တည်ဆောက်ပြီး Build တည်ဆောက်၊ Organize စုစည်း၊ Monetize ဝင်ငွေဖန်တီးနိုင် အောင် www.insidernote.app (Insidernote)ပေးထားပါတယ်။

ဒီစာအုပ်မှာ တွေးစရာတွေကို အဓိက အတွေးပွားလို့ ရအောင် ရည်ရွယ်ပြီး Business Model Canvas ဖန်တီးတာ၊ Business Plan ဖန်တီးတာ၊ Marketing Plan ဖန်တီးတဲ့အပိုင်းတို့ အတွက် Akyanpay Facebook Page ဒါမှမဟုတ် AkyanpayYouTube Channel မှာ ကြည့်ရှုလို့ရပါတယ်။

Introduction

ဆေးရုံမှာ အလုပ်သင်ဆရာဝန်လုပ်နေရင်း Mebook ဆိုတဲ့ Linux Tablet တွေကို ဆေးကျောင်းတုန်းက သူငယ်ချင်းနဲ့ပေါင်းပြီး ဘွန်ဆိုင်းအပင်တွေ တရုတ်ပြည်ကတင်သွင်းရောင်းချပြီး စုထားတဲ့ ငွေတွေအကုန်ရှင်းပြီး ချလိုက်တယ်။ အရင်းပြုတ်သွားတယ်။ ၂၀၁၁ တုန်းက လုပ်ထားတဲ့ Website လေးတောင် ရှိသေးတယ်။ https:// getmebook.weebly.com/ အဲဒီမှာ နားလည်သွားတယ်။ စီးပွားရေး လုပ်မယ်ဆို စီးပွားရေးပဲ လုပ်လို့မရဘူး၊ စီးပွားရေးပညာ လေ့လာ ရမယ်ဆိုတာ နားလည်ခဲ့တယ်။

နောက်ပိုင်း ABE Graduate Diploma in Business Management | MBA & Management သင်တန်းတွေအပြင် International Labour Organization (ILO) ရဲ့ Start and Improve Your Busiess (SIYB) ကို သင်တန်းဆရာများ ပြန်လည် မွေးထုတ်ပေးခြင်း Master Trainer အနေနဲ့ပါဝင်ခဲ့ပြီး ၂၀၁၅ မှာ Young Entrepreneurship Center (YEC) ကိုစတင်တည်ထောင်ခဲ့ပါတယ်။

လုပ်ငန်းရှင်တွေရဲ့ မဟာဗျူဟာ၊ နည်းပညာပိုင်းကို ကူညီ ဆောင်ရွက်ပေးခဲ့ပြီးတခြားလုပ်ငန်းရှင်တွေအတွက် AkyanpayAIနဲ့-AkyanpayBusinessPlanner(Akyanpay.com)-ကိုဖန်တီးပေးခဲ့ပါတယ်။
ဒီစာအုပ်ကတော့ကျွန်တော်AkyanpayPageမှာဝေမျှခဲ့တဲ့မှတ်စုတွေကိုပြန်လည်ဝေမျှပေ

ဘဝကို အကြည်ဓာတ်အပြည့်နဲ့ ဖြတ်သန်းချင်ရင်

လူတိုင်းကို ပြင်ပေးချင်တဲ့စိတ် ဖျောက်ပါ။ လူတိုင်းကို စိတ်ကျေနပ်စေချင်တဲ့စိတ် ဖျောက်ပါ။ စတိဗ်ဂျော့စ်ပြောသလို လူတိုင်းကို ပျော်စေချင်ရင် Ice-cream ရောင်းတဲ့။

လူတိုင်း ကိုယ့်ကို သဘောကျမှာမဟုတ်ဘူး။ ကိုယ် ဘယ်လောက်လုပ်ပေးလုပ်ပေး လူတိုင်း ကိုယ့်ကို Appreciate လုပ်မှာမဟုတ်ဘူး။ ကျေးဇူးတင်တတ်မှာ မဟုတ်ဘူး။ ဒါကြောင့် ဘဝမှာ လမ်းချင်းတူရင် လူချင်းတွေ့လိမ့်မယ်လို့ပဲ အမြဲခံယူထားတယ်။

လူတွေကို ပြင်လည်းမပေးချင်ဘူး။ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ်တောင် တော်တော်ပြင်ယူနေရတာ။ လူတိုင်းကိုလည်း စိတ်ကျေနပ်အောင် တအားကြိုးစားမနေတော့ဘူး။ ဘဝမှာ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ်တန်ဖိုးတစ်ခု ထားတဲ့အခါ ကိုယ့်ကို ကိုယ့်လိုတန်ဖိုးထားတဲ့သူတွေနဲ့ပဲ တွေ့ချင် တော့တယ်။ အမြဲခံယူထားတာ ကိုယ်နဲ့သိလို့ မနစ်နာသွားစေရဘူး။

ကိုယ့်နှလုံးသားအသံ ပြန်နားထောင်ဖို့လိုတတ်တယ်

လူမှုကွန်ရက်ကိုပဲကြည့်ပြီး တခြားသူတွေက အလုပ်ဖြစ်နေပြီး ငါ လုပ်နေတာ မှားနေပြီလားလို့ မစဉ်းစားလိုက်နဲ့။

အပြင်ကိုပဲကြည့်တာက ပုံရိပ်ယောင်တွေကို အစစ်ထင်နေတတ်တယ်။

ကိုယ့်နှလုံးသားအသံ ပြန်နားထောင်ဖို့လိုတတ်တယ်။

ကိုယ့်ရဲ့ မပြီးသေးတဲ့ပန်းချီကားနဲ့ တခြားသူရဲ့ ပြီးတော့မယ့် ပန်းချီကား သွားနှိုင်းယှဉ်ပြီး စိတ်မညစ်နဲ့။

ဖြစ်ချင်တာကို ဖြစ်အောင်လုပ်ဖို့ နည်းလမ်းနဲ့ စည်းကမ်း လိုတယ်

ကိုယ့်ဘဝနဲ့ကိုယ်နဲ့ တစ်သားတည်းဖြစ်နေတာ အောင်မြင်တဲ့ဘဝပဲ။

ငွေတွေ ကျိကျိတက်ချမ်းသာပြီး ပူလောင်နေတာမျိုး တွေ့ဖူးလိမ့်မယ်။

ပညာတွေတတ်ပြီး လောကကြီးက ကိုယ်ဖြစ်စေချင်သလို လူ့အဖွဲ့အစည်းက မလည်ပတ်တဲ့အတွက် ဒေါသတွေများပြီး သောက တွေများ အပြစ်တွေပြောပြီး ပူလောင်နေတာ တွေ့ဖူးလိမ့်မယ်။ လုပ်ငန်းခွင်မှာ အောင်မြင်ပြီး ကိုယ့်နေရာ သူများလုမှာ စိုးတဲ့အတွက် ပူလောင်မှုတွေနဲ့ ဖြတ်သန်းနေရာတာ တွေ့ဖူးလိမ့်မယ်။

ဘဝမှာ ကျောချစရာကောင်းကောင်းတစ်ခု၊ ဘဝအတွက် အိုစာမင်းစာမပူရတဲ့ ကိုယ့်ဘဝနေထိုင်မှုအတွက် ဖူလုံစေမယ့်အရာ တစ်ခု၊ ကိုယ်ချစ်တဲ့အလုပ်ကို နေ့စဉ်လုပ်နေပြီး ကိုယ့်ဘဝနဲ့ကိုယ် တစ်သားတည်းကျနေတာ အောင်မြင်မှုလို့ပဲ ပုဂ္ဂလိက ခံယူထား ကြည့်တယ်။

ဖြစ်ချင်တာကို ဖြစ်အောင်လုပ်ဖို့ နည်းလမ်းနဲ့ စည်းကမ်းလိုတယ်။

ဖြစ်နေတာကို စိတ်ကျေနပ်ဖို့ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ်နားလည်ဖို့ လိုတယ်။

မပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင်လုပ်ပါ

တရုတ်မှာ လောင်ဇူးဆိုတဲ့ ရှေးပညာရှိကြီးရေးခဲ့တဲ့ ၈၁ ပုဒ်ရှိတဲ့ Tao Te Ching (တောက်တယ်ကျင်း) ဆိုတာရှိပြီး ကမ္ဘာတစ်ဝန်း မှာလည်း စာအုပ်ပေါင်းများစွာ ဘာသာပြန်ထားကြတယ်။

'Tao" ဆိုတာ 'လမ်း" ကို ပြောတာဖြစ်တယ်။ နက်နဲတဲ့ အတွေးအခေါ်ကဗျာအနေနဲ့ ဘဝနေထိုင်နည်းကို တရုတ်မှာ စစ်တွေ ဖြစ်နေတဲ့အချိန် ကွန်ဖြူးရှပ်ရဲ့အတွေးအခေါ်နဲ့ နေထိုင်နေတဲ့အချိန် မှာ သဘာဝနဲ့သဟဇာတဖြစ်အောင် နေထိုင်နည်းကို လမ်းညွှန်ခဲ့တဲ့ အတွေးအခေါ်ဖြစ်တယ်။

မပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင်လုပ်ဆိုတာ Tao Te Ching ရဲ့ ကဗျာ အပုဒ် ၆၈ ကိုဖတ်ရင်း ထွက်လာတဲ့အတွေးအခေါ်တစ်ခုပဲ။ စီးပွားရေး မှာလည်း အလားတူပဲ။ စီးပွားရေးလို့ပြောလိုက်တဲ့အခါ လူတွေက သူများကို စီးမှ ပွားမယ်၊ အထက်စီးကနေမှ ပွားမယ်ထင်တယ်။ အမှန် တော့ စီးပွားရေးဆိုတာ သူများမမြင်တာကို See မှ၊ ဖောက်သည်ရဲ့ ပြဿနာကို အကောင်းဆုံးဖြေရှင်းနိုင်မှ ပွားမှာဆို မမှားပါဘူး။

စီးပွားရေးမှာ ဖောက်သည်ကို လုမှ အောင်မြင်မယ်၊ ပြိုင်မှ သာမှ အောင်မြင်မယ်လို့ ထင်ကြတယ်။

မပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင်လုပ်လို့ရနိုင်လား။ First Principle Thinking နဲ့ စဉ်းစားကြည့်ရအောင်။ စီးပွားရေးဆိုတာ ဘာလဲ၊ ပြိုင်ဆိုင်မှုတစ်ခုလား။ ထုတ်လုပ်မှုတစ်ခုလား။ ဝန်ဆောင်မှုတစ်ခုလား။ အခြေခံက ဘာလဲ။ စီးပွားရေးကို တစ်စချင်းစီဖယ်ပြီး မူလအခိပ္ပာယ် ကို ရှာမယ်ဆိုရင် ဖောက်သည်တွေရဲ့ပြဿနာကို အမြတ်ယူပြီး ဖြေရှင်းပေးတာဖြစ်တယ်။

ဖောက်သည်မတူရင် ပြိုင်စရာမလိုဘူး။

ဖောက်သည်တူ ရင်တောင် ဖြေရှင်းတဲ့ပြဿနာမတူရင် ပြိုင်စရာမလိုဘူး။

ဖောက်သည် တူ၊ ဖြေရှင်းတဲ့ပြဿနာတူရင်တောင် ဖြေရှင်းတဲ့ပုံမတူရင်လည်း တိုက်ရိုက်ပြိုင်ဆိုင်စရာ မလိုပြန်ဘူး။ ဖောက်သည်တူ၊ ပြဿနာတူ၊ ဖြေရှင်းတဲ့ပုံစံတူရင်ကို ရပ်တည်ချက်မတူရင်လည်း တစ်ပုံစံတည်း ပြိုင်ဆိုင်စရာ မလိုပြန်ဘူး။ ဘဝမှာ မပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင်လုပ်ဖို့ ပြိုင်စရာမလိုတဲ့ပုံစံနဲ့

ဘဝကို ဖြတ်သန်းနိုင်ဖို့လိုတယ်။

ပြိုင်စရာမလိုတဲ့ပုံစံဖြစ်ဖို့ လုပ်ငန်းတစ်ခုစတင်တည်ဆောက် ကတည်းက လုပ်ငန်းတစ်ခုရဲ့အတွေးအခေါ် (Business Philoso- phy) ၊ အမှတ်တံဆိပ်အတွေးအခေါ် (Brand Philosophy) ၊ လုပ်ငန်းကိုအုပ်ချုပ်မယ့် အတွေးအခေါ် (Management Philoso- phy) ၊ မားကက်တင်းလုပ်မယ့်အတွေးအခေါ် (Marketing Philo- sophy) ၊ မဟာဗျူဟာတည်ဆောက်ရေးအတွက် Strategic Narra- tive တွေ မတူအောင် တည်ဆောက်ထားဖို့လိုတယ်။ သူ့နောက်မှာစနစ်တို့၊ ပေါ်လစီတို့ လိုက်လာတာဖြစ်တယ်။ မပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင်လုပ်ဖို့ ကိုယ့်ရဲ့စီးပွားရေးအတွေးအခေါ် က စတယ်။ ကိုယ့်အိပ်မက်တွေကို မပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင်လုပ်ပါ။

မပြိုင်ဘဲနိုင်ဖို့ အချက် ၇ ချက်

၁။Competition Creation

ပြိုင်ဆိုင်မှုဟာ အစွမ်းအစတွေကိုကျစေပါတယ်။

ပြိုင်ဆိုင် မယ့်အစား ကိုယ့်ဖောက်သည်တွေအတွက် အသစ်ဖန်တီးဖို့စဥ်းစားပါ။ ဥပမာ- Apple ကို Steve Jobs ပြန်ရောက်လာတဲ့အခါ ပြိုင်ဆိုင်မှုအစား အသစ်တွေဖြစ်တဲ့ iTunes ၊ iPod ၊ iPhone ၊ App Store ၊ iPad တွေကို အစီအရီ ဖန်တီးသွားပါတယ်။

၂။Focus

ကျွန်တော်တို့စီးပွားရေးလုပ်ငန်းစတာပြိုင်ဘက်ကိုအနိုင်ယူဖို့မဟုတ်ပါဘူး။ ကျွန်တော်တို့ရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင်တွေ ရောက်ဖို့ ဖြစ်ပါတယ်။

ဒါကြောင့် ယှဥ်ပြိုင်မှုကိုပဲ အာရုံစိုက်မယ့်အစား ကိုယ့် လုပ်ငန်းရဲ့ Vision နဲ့ Mission တွေကို အာရုံစိုက်ပါ။

၃။Know Your Niche

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုဟာ နေရာတိုင်းမှာ မအောင်မြင် နိုင်ပါဘူး။ ကိုယ်က ဘယ်နယ်ပယ် Niche ကို ဦးဆောင်မှာလဲ၊ ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့အားသာချက် Critical Success Factor က ဘာလဲ သိအောင်လုပ်ပါ။

၄။Think Differently

Coca-Cola ဟာ ရောက်တဲ့နေရာတိုင်း အောင်မြင်ပါတယ်။ Coca-Cola တရုတ်ဈေးကွက်ကို ရောက်တဲ့အခါ ဟောင်ကောင်အခြေစိုက် JDB Group ရဲ့ Jia Duo Bao Brand 5 Chinese Medicine ပေါ်အခြေခံတဲ့ Herbal Tea နဲ့ ပြိုင်ပါတယ်။ ကိုယ် လုပ်နေကျပုံစံထဲက ခွဲထွက်ပြီး စဥ်းစားကြည့်ဖို့လိုပါတယ်။

၅Positioning Map

မပြိုင်နဲ့ဆိုပေမဲ့ ပြိုင်ဘက်ကိုတော့ ရွေးချယ်နိုင်ပါတယ်။ ဥပမာ- Xiaomi ဟာ ဖုန်းလောကထဲဝင်တဲ့အခါ ကိုယ့်လုပ်ငန်းက ဘယ်နေရာမှာ ရပ်တည်မှာလဲဆိုတဲ့ Positioning Map ကို အကောင်းဆုံးအသုံးပြုပြီး

ပြိုင်ဘက်ကို ကောင်းကောင်းရွေးချယ် သွားပါတယ်။ ဒါကြောင့် ၂၀၁၀ ကနေ ၂၀၁၅ အတွင်း ပြိုင်ဘက် မရှိသလောက်ဖြစ်ပြီး အောင်မြင်မှုရရှိခဲ့ပါတယ်။

၆။MVP (Minimal Viable Product)

Product အစစ်မဟုတ်သေးခင် ပုံကြမ်း Prototypes အဆင့်ဟာ Idea Generation ကနေ ဈေးကွက်ထဲမသွားခင်ကြားမှာ အရေးကြီးပါတယ်။

Creation လုပ်မယ်ဆိုကတည်းက Product တိုင်း အောင်မြင်မှာ မဟုတ်ပါဘူး။ ဥပမာ- Facebook အနေနဲ့ ဒီနေ့လို App မထုတ်ခင် ၂၀၁၄ မှာ Flipboard နဲ့ပြိုင်ပြီး Paper Applica- tion ကို ထုတ်ခဲ့ပေမဲ့ မအောင်မြင်ခဲ့ပါဘူး။ ဒါကြောင့် Product အသစ်တစ်ခုဖန်တီးတဲ့အခါ ဈေးကွက်ရဲ့တုံ့ပြန်မှုကို စမ်းသပ်တဲ့ MVP (Minimum Viable Product)အနေနဲ့ စနိုင်ပါတယ်။

၇။Connecting the Dots (Vision)

Amazon ဟာ စာအုပ် စရောင်းတယ်။ Ofline Book- store တွေဖြစ်တဲ့ Barnes & Noble ဟာ လူကြိုက်များတဲ့ စာအုပ် တွေနဲ့ ဈေးကွက်မှာရှိနေပေမဲ့ Amazon ဟာ လူနည်းစုဖတ်တဲ့ စာအုပ်တွေနဲ့ ဈေးကွက်ကို စဝင်ပါတယ်။

နောက်ပိုင်း Online မှာ ပစ္စည်းမျိုးစုံရောင်းလာတဲ့အပြင် မကြာခင်က Whole Foods ကို ဝယ်ပြီး ဟင်းသီးဟင်းရွက်ဈေးကွက်ထဲကို ဝင်ရောက်လာပါတယ်။ Vision ဟာ အင်မတန်အရေးကြီးပါတယ်။

လုပ်ငန်းရှင်တွေအနေနဲ့ Strategic Planning နဲ့ Strategic Thinking ကို သေချာသိအောင်လုပ်ရပါတယ်။ နောက် Example တစ်ခုက OnePlus ဖုန်းပါ။

Xiaomi Business Model ကိုတိုက်ရိုက် Copy ကူးပေမဲ့ Xiaomi ရဲ့ပြိုင်ဘက် ဖြစ်မလာပါဘူး။ ဘာကြောင့်လဲဆိုရင် Xiaomi ရဲ့ Vision ဟာ Lifestyle Brand တစ်ခုအနေနဲ့ သွားမှာဖြစ်တဲ့အတွက် ဖြစ်ပါတယ်။ လုပ်ငန်းတွေအတွက် Vision ဟာ ပြိုင်ဘက်တွေနဲ့ကွဲထွက်စေတဲ့ အရေးကြီးတဲ့ အချက်တစ်ချက်ပါ။

မနိုင်နိုင်တဲ့ ပြိုင်ပွဲတစ်ခုကို မပြိုင်နဲ့

Jack Welch ပြောသလို "If you don't have a competitive advantage, don't compete." မားကက်တင်းမှာ အရေးအကြီးဆုံး စကားလုံးတစ်လုံးက Category ပဲဖြစ်တယ်။ အချိုရည်လို့ ပြော လိုက်ရင် Coca-Cola ကို မြင်လိမ့်မယ်။ အားဖြည့်အချိုရည်ဆို Red Bull ၊ ပြည်တွင်းမှာဆို Shark ကို မြင်လိမ့်မယ်။ သီးစုံဓာတ်ဆားဆို Royal-D ။ ဒါဘာလို့ခေါ်လဲဆိုရင် King of Category လို့ခေါ် တယ်။ Marketing မှာ အောင်မြင်ချင်တယ်ဆိုရင် Category တစ်ခုမှာ King ဖြစ်ဖို့လိုတယ်။

မန္တလေးမှာ အကင်ဆိုင်ဆို ဘိုးတော်၊ ဂျပန်အကင်ဆိုင်ဆို…၊ ကိုးရီးယားအကင်ဆိုင်ဆို…၊ မရှိသေးရင် အဲဒီမှာ Category အသစ်တည်ဆောက်လို့ရတယ်။ Fashion မှာဆိုလည်း အလားတူပဲ။ Plus Size Fashion Teenage Fashion အစရှိသဖြင့်ဆောက်လို့ရတယ်။

ပြန်ချုပ်ရရင် ပြိုင်ပြီဆိုကတည်းက နိုင်ဖို့အရေးကြီးတယ်။

နိုင်ဖို့အတွက် ကိုယ်ပြိုင်မယ့် Game ကို ရွေးရတယ်။ Rules ကို သတ်မှတ်ရတယ်။ ဒီလိုလုပ်ဖို့ ကိုယ်ပြိုင်မယ့် Category ကိုသတ်မှတ်ရတယ်။

လူအများစုရဲ့ပြဿနာက Category တစ်ခုတည်းကို အာရုံစိုက်ပြီးလုပ်လိုက်တဲ့အခါ မလုပ်လိုက်တဲ့အရာတွေက ရမယ့် အမြတ်ငွေတွေ မရတော့မှာစိုးရိမ်တာပဲ။ အဲဒီလိုဖြစ်တိုင်း ပြန်မေး ရမှာ နယ်ပယ်တိုင်းကို ခြေဆန့်ဖို့ ကိုယ်အနိုင်ရထားပြီးတဲ့ Category ရှိထားပြီလား။ မရှိသေးရင်တော့ ကိုယ်အုပ်စိုးမယ့် Category သတ်မှတ်ဖို့လိုလာပြီ။

တိုက်ရိုက်မပြိုင်နဲ့၊ တတိယလမ်းက သွားပြီး မပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင်လုပ်လို့ရတယ်

Xiaomi က နည်းပညာကုမ္ပဏီကြီးမဟုတ်ဘူး။ မားကက်တင်းကုမ္ပဏီဖြစ်တယ်။ Facebook က မီဒီယာကုမ္ပဏီ မဟုတ်ဘူး။ နည်းပညာကုမ္ပဏီဖြစ်တယ်။ TikTok က လူမှုကွန်ရက်ကုမ္ပဏီမဟုတ်ဘူး။ AI ကုမ္ပဏီဖြစ်တယ်။ Uniqlo ကို တည်ထောင်တဲ့ Tadashi Yanai က Uniqlo က ဖက်ရှင်ကုမ္ပဏီမဟုတ်ဘူး။ နည်းပညာကုမ္ပဏီတဲ့။ သူ့ လုပ်ငန်းရဲ့ ထုတ်လုပ်ဖြန့်ချိရေးအဆင့်တိုင်းမှာ နည်းပညာကို အသုံး ပြုတယ်တဲ့။ ဒစ်ဂျစ်တယ်ကိုအသုံးပြုတဲ့ ဖောက်သည်တွေရဲ့ လိုအပ် ချက်ကို အမြန်ဆုံးတုံ့ပြန်တယ်တဲ့။

တစ်ခါတလေလုပ်ငန်းတွေက တူညီတဲ့နေရာ (Space)မှာ ပြိုင်နေကြပေမဲ့ မတူညီတဲ့ လားရာလမ်းကြောင်းတွေ ရွေးချယ်ခဲ့ကြ ပြီးသားပါ။

မပြိုင်ဘဲ နိုင်အောင်လုပ်ဖို့ ကိုယ့်လုပ်ငန်းအပေါ် မြင်တဲ့ အမြင်၊ ထားတဲ့သဘောထား၊ ချထားတဲ့ Business Model နဲ့ တည်ဆောက်ထားတဲ့မဟာဗျူဟာ အင်မတန်အရေးကြီးတယ်။

လုပ်ငန်းတစ်ခု စတော့မယ်ဆိုရင်

လုပ်ငန်းတစ်ခုစတော့မယ်ဆိုရင် ပထမဆုံးကြည့်တာ-

၁။ဒါက အချိန်ကောင်းလား။

၂။စီးပွားရေးလည်ပတ်မယ့်ပုံစံ Business Model (မော်ဒယ်မှားရင် မယ်တော်လည်း မကယ်နိုင်ဘူး။)

၃။ဘယ်လောက်ထိ ရှုံးနိုင်မလဲ။ ဘယ်လောက် မြတ်နိုင်မလဲ။

၄။လူတွေရဲ့ပါဝင်မှု အနည်းဆုံးဖြစ်အောင် ဘာတွေလုပ်ဆောင်လို့ ရသလဲ။

၅။ကိုယ်မပါဘဲ အမြန်ဆုံး ဘယ်လောက်နဲ့ လည်ပတ်နိုင်မလဲ။

စနစ်ကျဖို့ စနစ်ချပါ

စနစ်ကျဖို့ စနစ်ချပါ။ ကိုယ်မပါဘဲလည်ပတ်တဲ့လုပ်ငန်း တည်ဆောက် ဖို့ လုပ်ငန်းရှင်တွေအနေနဲ့ ကိုယ့်လုပ်ငန်းကို စနစ်ချဖို့ လိုပါတယ်။ လုပ်ငန်းတစ်ခုကို စနစ်ချတယ်ဆိုတာ ကိုယ့်လုပ်ငန်းမှာ နိစ္စဓူဝ လုပ်နေရတဲ့အလုပ်တွေကို ဘာပြီးရင် ဘာလုပ်မယ်ဆိုတဲ့ လုပ်ငန်း ဆောင်တာအဆင့်ဆင့်ကို အတိအကျသတ်မှတ်ပြီး လုပ်ဆောင်တာပါ။

ကမ္ဘာကျော် E-Myth စာအုပ်ရဲ့ စာရေးဆရာ Michael Gerber က "လူတွေအပေါ်မှီခိုတဲ့လုပ်ငန်းအစား စနစ်အပေါ်မှီခိုတဲ့ လုပ်ငန်း တည်ဆောက်ပါ" လို့ ပြောပါတယ်။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းကို စနစ် ချခြင်းအားဖြင့် လူတစ်ဦးတစ်ယောက်အပေါ် အမြဲမှီခိုနေစရာမလိုဘဲ Customer တွေကို အရည်အသွေးတည်ငြိမ်တဲ့ဝန်ဆောင်မှု ပေးနိုင် လာမယ်။ ကိုယ်မပါဘဲ လည်ပတ်တဲ့လုပ်ငန်း စတင်တည်ဆောက် နိုင်လာမယ်။ မိတ်ဆွေအနေနဲ့ ကိုယ့်လုပ်ငန်းမှာ စနစ်တစ်ခုရှိနေ ပြီလား။

ဦးဆောင်သူအပေါ် ဘယ်လောက်မှီခိုလဲ

တချို့လုပ်ငန်းတွေက ဝယ်ရောင်းလုပ်လို့ရတယ်။ တချို့လုပ်ငန်း တွေက ဝယ်ရောင်းလုပ်လို့မရဘူး။ ဘာကွာလဲဆို ဦးဆောင်သူအပေါ် တအားမှီခိုလား၊ မမှီခိုလား ဆိုတဲ့မေးခွန်းပဲ။ ဒါကြောင့် လုပ်ငန်း တစ်ခုကို တစ်ချိန် ပြန်ရောင်းဖို့ရည်ရွယ်ရင် ကိုယ်မပါဘဲ လည်ပတ် တဲ့လုပ်ငန်း တည်ဆောက်ထားဖို့လိုတယ်။

ဥပမာ-အင်္ဂလိပ်စာသင်တန်းကျောင်းတစ်ခု၊

တည်ထောင်သူ ဦးဆောင်ပြီး လည်ပတ်နေတာနဲ့ တည်ထောင်သူမပါတော့ဘဲ လည်ပတ်နေပြီး လစဉ်ဝင်ငွေရတာနဲ့ တန်ဖိုးဖြတ်တဲ့အခါ တည်ထောင်သူမပါဘဲ လည်ပတ်နေတာကိုပဲ ဝယ်မယ့်သူတွေက ပိုကြိုက်ကြမယ်။

ကျွန်တော်တို့နိုင်ငံအနေနဲ့တော့ အဆန်းကြီး ဖြစ်ကောင်း ဖြစ်နေနိုင်တယ်။ တကယ်တမ်း နိုင်ငံတကာမှာ Private Equity Game က တော်တော်ကြမ်းနေပြီ။ လုပ်ငန်းတစ်ခုကို ကွန်ဒိုတစ်ခု လိုပဲ စဥ်းစားကြည့်။ လုပ်ငန်းဆိုတာ ဈေးကွက်ပြဿနာဖြေရှင်းတာ။

ဈေးကွက်အကြောင်း အမြဲမျက်စိဖွင့် နားစွင့်ဖို့၊ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုတွေ အသစ်ဖန်တီးဖို့၊ အသိပေးဖို့၊ ရောင်းချဖို့၊ ဝန်ဆောင်မှုပေးဖို့၊ ငွေလက်ခံဖို့၊ လည်ပတ်ဖို့ ဒါတွေကိုလုပ်ဆောင်ပြီး လုပ်ငန်းတစ်ခုလုံးကို ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုလို စဥ်းစားတာ။ ဒါကို Productize လို့ခေါ်ပါတယ်။

စီးပွားရေးကိုပဲ မတည်ဆောက်နဲ့ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် တည်ဆောက်ပါ

ကိုယ်က ကိုယ့်လုပ်ငန်းထက် ကြီးနေရမယ်။

အချိန်မရွေး ကိုယ်စနိုင် တဲ့အစွမ်းရှိရမယ်။

ကိုယ်က လုပ်ငန်းကိုပဲတည်ဆောက်ပြီး လုပ်ငန်းက ကိုယ့်ထက်ကြီးနေရင် စိတ်ဖိစီးမှုတွေပဲ များနေရမယ်။

ကိုယ်က လုပ်ငန်းထက် ကြီးနေရင် လုပ်ငန်းပြဿနာတွေ ကိုယ့်ထက် သေးသွား လိမ့်မယ်။

ဒါကြောင့် ပြဿနာသစ်တွေဖြေရှင်းနိုင်ဖို့ အမြဲလေ့လာ နေဖို့၊ မျက်စိဖွင့် နားစွင့်ထားဖို့လိုတယ်။

ပြဿနာ ၇ ခု

၁။အလုပ် မလုပ်ချင် မကိုင်ချင် ဖြစ်တဲ့ပြဿနာ။ အလုပ်လုပ်ဖို့ မော်တီဗေးရှင်းလိုတဲ့ပြဿနာ။

၂။အလုပ်တော့လုပ်တယ်၊ အလုပ်မပြီးတဲ့ပြဿနာ။

၃။အလုပ်တော့ပြီးတယ်၊ များများပိုပြီးဖို့ အလုပ်ကို အကြာကြီး မလုပ်နိုင်တဲ့ပြဿနာ။

၄။အလုပ်ကို အကြာကြီးလုပ်နိုင်တယ်။ လူတွေကို မခိုင်းတတ်တဲ့ ပြဿနာ။

၅။သာမန်လူတွေကို ခိုင်းတတ်တယ်၊ လူတော်တွေကို မခိုင်းတတ် တဲ့ ပြဿနာ။

၆။ လူတော်တွေကို ခိုင်းတတ်တယ်၊ ဦးဆောင်တဲ့သူတွေကို မမွေး ထုတ်နိုင်တဲ့ပြဿနာ။

၇။ ဦးဆောင်သူတွေတော့ မွေးထုတ်နိုင်တယ်၊ အကြာကြီး မထိန်း နိုင်တဲ့ပြဿနာ။

စီးပွားရေးဆိုတာသူများမမြင်တာကိုမြင်မှ ပွားတာ

စီးပွားရေးဆိုတာ သူများမမြင်တာကိုမြင်မှ ပွားတာ။

ဘာတွေကို မြင်ရမလဲ။ နိုင်ငံရေး၊ စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး၊ နည်းပညာအပြောင်းအလဲ ဖြစ်တိုင်းမှာ စီးပွားရေးလုပ်ပုံကိုင်ပုံတွေက ပြောင်းပြောင်းသွားတယ်။

ဒီအပြောင်းအလဲကိုမြင်ပြီး "စီး" ဖို့လိုတယ်။ ဒါမှ ပွားမှာလို့ပြောရင် မမှားဘူး။

ဒါကြောင့် ဂျက်မားက လူတွေမအောင်မြင်တာ အချက် လေးချက်ကြောင့်တဲ့။

၁။မမြင်ဘူး-အခွင့်အရေးလာတယ် မမြင်ဘူး။

၂။နားမလည်ဘူး-အခွင့်အရေးလာတယ် နားမလည်ဘူး။

၃။အထင်မကြီးဘူး - အခွင့်အရေးကိုတော့ မြင်တယ်။ ဒါပေမဲ့ အထင်မကြီးဘူး။

၄။လိုက်မမီတော့ဘူး - လုပ်တော့မယ်လို့ဆုံးဖြတ်တဲ့အခါ ရထားကြီး ထွက်ခွာသွားပြီ။ လိုက်မမီတော့ဘူး။

ဒီလိုမဖြစ်ဖို့ "စီး'၊ "ပွား" ရေးမှာ အပြောင်းအလဲလှိုင်းလုံး 6 တွေကို "စီး" နိုင်မှ လုပ်ငန်း 'တိုးပွား" မှာ။ စီး၊ ပွား ဖို့ See ထားမှရမယ်။ ဘယ်လို See ရမလဲ သိဖို့လိုတယ်။

စီးပွားရေးလမ်းပြမြေပုံ(Akyanpay 5S Framework)

လုပ်ငန်းတစ်ခုက ကလေးတစ်ယောက်နဲ့တူတယ်။

၁။ Start (စတင်ချိန်)

၂။ Speed Up (ကြီးထွားမှုမြန်ချိန်)

၃။ Systemize (စနစ်ချချိန်)

၄။ Scale (ချဲ့ထွင်ချိန်)

၅။ Sell (ရင်းနှီးမြှုပ်နှံသူတွေကို ပြန်လည်ရောင်းချချိန်၊ ဒါမှမဟုတ် စတော့ဈေးကွက်တင်ချိန်)

အဆင့်ငါးဆင့်ရှိပါတယ်။ ကိုယ့်လုပ်ငန်း ရောက်နေတဲ့အဆင့်ကို ကိုယ်သိဖို့ အရေးကြီး ပါတယ်။

အကြောက်တရားများကို ဖယ်ထုတ်လိုက်ပါ

တစ်ခါက Donald Trump က သူ့ Trump Tower က ထွက်လာတဲ့ အခါ အိမ်ရာမဲ့တစ်ဦးကိုလက်ညှိုးထိုးပြပြီး သူက အခုချိန်မှာ ငါ့ထက် သန်းကိုးရာ ပိုချမ်းသာတယ်လို့ဆိုတယ်။ ၁၉၉၀ တုန်းကဖြစ်တယ်။ အဲဒီအချိန်မှာ Donald Trump က ဒေဝါလီခံလုနီးနီးဖြစ်ပြီး သန်း ကိုးရာကျော် အကြွေးတွေနဲ့ဝိုင်းနေခဲ့တယ်။

ဒါပေမဲ့ သူအမြဲပြောတဲ့ Think Big ဆိုတဲ့စကားအတိုင်း သူ အကြောက်တရား၊ တွေဝေခွဲဟ၊ အားငယ်စိတ်ကိုဖယ်ပြီး စူးစိုက်မှုအပြည့်နဲ့ပြန်ကြိုးစားတယ်။ ကျန်တဲ့ သမိုင်းကြောင်းကတော့ အားလုံးသိတဲ့အတိုင်း အမေရိကန်သမ္မတ အထိ ဖြစ်ခဲ့တယ်။

လုပ်ငန်းတစ်ခုကို ဦးဆောင်ရတယ်ဆိုတာ မလွယ်ကူပါဘူး။ အထူးသဖြင့် ကျွန်တော်တို့လိုနိုင်ငံမှာပါ။ ဒီလိုမလွယ်ကူတဲ့နေရာမှာ ဒူပေနာပေခံပြီး ဒီနေ့ထိ ရှင်သန်ကြီးထွားလာနိုင်တာ ကိုယ့်ရဲ့အကြံ ဉာဏ်၊ အားထုတ်မှုနဲ့ ဦးဆောင်မှုကြောင့်ဖြစ်ပါတယ်။

လူတိုင်း ဘဝမှာ ဂုဏ်ယူစရာအချိန်တွေ ရှိပါတယ်။ ကိုယ့်ဘဝရဲ့ ဂုဏ်ယူစရာအချိန်တွေကို စဥ်းစားကြည့်ပါ။ ဘယ်လောက်ကြည်နူးစရာကောင်းလဲ။ အလားတူပဲ ကိုယ့်ဘဝမှာ အခက်အခဲတွေကြုံပြီး စိတ်ညစ်ဖူးတဲ့ အချိန်ကို ပြန်စဥ်းစားကြည့်ပါ။ နောက်ပြီး ဒီအခက်အခဲကို ကျော်လွှား နိုင်ခဲ့တာကို ပြန်လည်စဥ်းစားကြည့်ပါ။

ကျွန်တော်တို့တွေ ဘယ်လောက်ကြီးမားတဲ့အခက်အခဲပဲ ဖြစ်ဖြစ် ကျော်လွှားနိုင်ခဲ့ကြတာပဲ မဟုတ်လား။ စီးပွားရေးလုပ်တယ် ဆိုတာ စိတ်ထားတတ်ရင် နေ့တိုင်း ကုသိုလ်လုပ်နေတာပါပဲလို့ ပညာရှင်တစ်ဦးက ဆိုဖူးတယ်။ ကျွန်တော်တို့နောက်မှာ မိသားစုတွေ၊ ဝန်ထမ်းတွေအပြင်၊ အိပ်မက်တွေအတွက် အတွေးအခေါ်ကြီးကြီး ထားပြီး အကြောက်တရား၊ တွေဝေခွဲဟ၊ အားငယ်စိတ်ကိုဖယ်ပြီး စူးစိုက်မှုအပြည့်နဲ့ ပြန်ကြိုးစားကြမယ်။

စီးပွားရေးဆိုတာ သူများကို စီးမှ ပွားတာမဟုတ်ပါဘူး။ စီးပွားဆိုတာ သူများ မ 'See" တာကို 'See" မှ ပွားမယ်။

ငွေရှာနည်း ၁၀၁

ပိုက်ဆံရှာဖို့ ဈေးကွက်ပြဿနာ အရင်ရှာတယ်။ ပြဿနာရှာပြီးရင် ဒီပြဿနာတွေထဲကမှ ကိုယ်ဖြေရှင်းချင်တဲ့၊ ဖြေရှင်းနိုင်တဲ့ ပြဿနာကို ရွေးချယ်ပြီး ဖြေရှင်းနိုင်တဲ့နည်းလမ်းရှာတယ်။ ဒီနည်းလမ်းက လက်ရှိ ရှိနေတဲ့နည်းလမ်းတွေထက် ပိုကောင်းတဲ့နည်းလမ်းဖြစ်ရမယ်။ နောက် ဒီဖြေရှင်းတဲ့နည်းလမ်းအတွက် လူတွေက ငွေပေးချေနိုင်စွမ်းနဲ့ ငွေပေးချေချင်စိတ်ရှိရမယ်။ သူတို့မှာ ငွေပေးချေနိုင်စွမ်းမရှိရင် သူတို့ အစား ငွေပေးချေပေးမယ့်သူရှိရမယ်။

ဒီဈေးကွက်ပြဿနာကိုဖြေရှင်းမယ့် ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင် မှုကို နာမည်တစ်ခုပေးရမယ်။ ဒီနာမည်ကလည်း ကိုယ့်ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုက ဖြေရှင်းပေးမယ့်အဖြေကို ကိုယ်စားပြုနိုင်စွမ်းရှိရမယ်။ ကိုယ့်ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုကို အသုံးပြုမယ့်လူတွေကို ကိုယ့် လုပ်ငန်းအကြောင်း သိအောင်လုပ်ရမယ်။ စိတ်ဝင်စားအောင် လုပ် ရမယ်။ မေးအောင်လုပ်ရမယ်။ ဝယ်အောင်လုပ်ရမယ်။ ဝယ်ပြီး ထပ်ဝယ်အောင်၊ ထပ်ဝယ်ပြီးသူက တခြားသူကိုပြောအောင်လုပ်ရမယ်။

နောက်ပိုင်း ဒီစနစ်ကိုလည်ပတ်တဲ့အခါ ဝန်ထမ်းခန့်ပြီး ဝန်ထမ်းတွေကို ဘယ်လိုလုပ်ဆောင်ရမယ်ဆိုတဲ့ နည်းစနစ်တွေ သေချာချပေးရမယ်။ တစ်ခုချင်းလွှဲပါ။ တကယ်လို့ ကိုယ့်လုပ်ငန်းက လူမလိုတဲ့ Solopreneur လုပ်ငန်း၊ နည်းပညာအသုံးပြုတဲ့ လုပ်ငန်း ဆိုရင် Set it & Forget it လုပ်လို့ရနိုင်တယ်ဆိုရင် ဒါကို Repeat လုပ်ပါ။ ဒါက စီးပွားရေးလုပ်နည်း၊ ငွေရှာနည်း ၁၀၁ ပဲ။

အနာဂတ်အမြင် Vision

လုပ်ငန်းကို ကိုယ်မပါဘဲလည်ပတ်ဖို့ စနစ်ချတယ်ဆိုတာ အိမ်တစ်အိမ်ဆောက်သလိုပဲ။ ကိုယ်ဆောက်မယ့်အိမ်ပုံစံ ကြိုတင်မြင် ထားဖို့လိုတယ်။ ဒါကို Vision လို့ခေါ်ပါတယ်။ စကားလုံးအကြီးကြီး နဲ့ ဥပမာပေးရရင် Bill Gates ရဲ့ တစ်ချိန်က Vision က အိမ်တိုင်း အိမ်တိုင်းမှာ Computer တစ်လုံးရှိဖို့။ ကွန်ပျူတာတိုင်းမှာ သူ့ ကုမ္ပဏီထုတ် Microsoft Operating System ရှိဖို့ဖြစ်တယ်။

လုပ်ငန်းရှင်မိတ်ဆွေအနေနဲ့ ပြန်စဉ်းစားကြည့်ပါ။ ကိုယ့် လုပ်ငန်းအနေနဲ့ ကိုယ်မရှိဘဲ လည်ပတ်နေတဲ့အချိန်မှာ ဘယ်လို ဖြစ်နေမလဲ။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းအနေနဲ့ ရောက်နေမယ့်နေရာ၊ ရှိနေမယ့် ဖောက်သည်တွေ။ လုပ်ငန်းကို ဦးဆောင်နေသူတွေနဲ့ သူတို့ အရည်အချင်း၊ လည်ပတ်မှုပုံစံ အစရှိတာတွေကို စိတ်ကူးပုံဖော် ကြည့်ပါ။ ဒါကိုတော့ Vision လို့ခေါ်ပါတယ်။

လုပ်သားနဲ့ အလုပ်ရှင်

၁။Operation - နိစ္စဓူဝလည်ပတ်မှုတွေမှာ ကိုယ်ဝင်မပါဘဲ မနေ နိုင်သူနဲ့ အစပိုင်းမှာဝင်ပါပေမဲ့ အချိန်နဲ့အမျှ ဝန်ထမ်းတွေကို လွှဲပေးသူ။

၂။Satisfaction-တခြားသူတွေကို စိတ်မချ၊ သူတို့လုပ်တာ အားမရ၊ သူတို့တစ်ရက်လုပ်တာကို ငါ နာရီဝက်လောက်နဲ့ လုပ်လို့ရတယ်ဆိုပြီး စိတ်တိုင်းမကျသူနဲ့ ငါစိတ်ရှည်ဖို့လိုတယ် ဆိုတာသိ။ ဖြည်းဖြည်းချင်း သင်ပေးသူ။

၃။Vision-ကိုယ်ဘာဖြစ်ချင်လဲသေသေချာချာမသိ။ သိရင်လည်း ဝန်ထမ်းတွေကိုမပြောသူနဲ့ ကိုယ်ဖြစ်ချင်တာ သေသေချာချာ သိသလို ဝန်းထမ်းတွေကို ကိုယ့်လုပ်ငန်းသွားမယ့်လမ်းကြောင်းလည်း အမြဲပြောပြသူ။

၄။တစ်ခုခုဆို ဝန်ထမ်းတွေကို အပြစ်တင်သူနဲ့ ဝန်ထမ်းတွေကို သင်ခန်းစာယူခိုင်း၊ လိုအပ်ရင် လုပ်ငန်းစနစ်ကို ပြန်လည် ပြုပြင်သူ။

၅။လုပ်ငန်းလည်ပတ်မှုကို လုပ်နေကျအတိုင်းပဲလည်ပတ်နေသူနဲ့ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့စနစ်ကို ပိုမိုကောင်းမွန်အောင် အမြဲစဉ်းစား ကြံဆနေသူ။

၆။လုပ်ငန်းလည်ပတ်ပုံအတွက် ဇယားတွေ၊ စနစ်တွေ ချရေး ထားတာလုံးဝမရှိသူနဲ့ ကိုယ့်လုပ်ငန်းလည်ပတ်ပုံ Flowchart တွေ သေချာဆွဲထားသလို ဝန်ထမ်းတွေကိုလည်း အသိပေးသူ။

၇။အလုပ်စခန့်ပြီးတာနဲ့ခိုင်းသူနဲ့ လူတစ်ယောက်ချင်းစီ ဘာကြောင့်အလုပ်ခန့်တယ်၊ ဘာတွေလုပ်ရမယ်ဆိုတာ အသိ ပေးသူ။

၈။မြန်မြန်ခန့်၊ ဖြုတ်ဖို့စဉ်းစားရင် လူရှာရခက်မယ်ဆိုပြီး ဒုက္ခ ရောက်သူနဲ့ ခန့်မယ်ဆို ဖြည်းဖြည်းခန့်၊ သေချာစိစစ်ပြီးမှခန့်ပြီး အဆင်မပြေရင် မြန်မြန်ဖြုတ်လေ့ရှိသူ။

၉။ကျွမ်းကျင်တယ်၊ လုပ်သက်ရှိတယ်၊ ပြိုင်ဘက်ဆီကဆို ပိုကောင်း ဆိုပြီး စဉ်းစားသူနဲ့ စိတ်နေသဘောထား ပိုအရေးကြီးတယ်၊ ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့တန်ဖိုးထားမှုနဲ့ ကိုက်ဖို့လိုတယ်ဆိုတာ သိတဲ့ အတွက် သေချာစိစစ်တယ်။ ကျွမ်းကျင်အောင် ပြုစုပျိုးထောင် ပေးတဲ့စနစ် တည်ဆောက်ထားတယ်။

၁၀။တစ်ခုခုအဆင်မပြေရင် နိုင်ငံရေး၊ စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး၊ နည်းပညာ အပြောင်းအလဲအားလုံးကို အပြစ်တင်သူနဲ့မဖြစ်ခင်ကြိုတင်စီမံထားလေ့ရှိသလို၊ ကိုယ်မထင်မှတ်ထားတာဖြစ်လာခဲ့ရင်လည်းအရေးပေါ်ပြင်ဆင်မှုတွေ၊ Damage Control တွေ လုပ်လေ့ရှိသူ။

၁၁။ငါမရှိရင် မဖြစ်ဘူးလို့စဥ်းစားသူနဲ့ ငါမရှိဘဲ ဖြစ်အောင် ဘယ်လိုလုပ်မလဲစဥ်းစားသူ။

၁၂။ကိုယ့်လုပ်ငန်းက ကိုယ့်ထက်ကြီးတယ်၊ ဒါကြီးမရှိရင် ငါ့ဘဝ တော့ သွားပြီလို့ စဥ်းစားသူနဲ့ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် ယုံကြည်တယ်။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းဟာ ကိုယ့်ရဲ့ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုပဲ။ ဒီလိုလုပ်ငန်းတွေ ထပ်တည်ထောင်ဖို့ ကိုယ့်မှာ Blueprint ရှိတယ်ဆိုပြီး စဥ်းစားသူ။ စနစ်နဲ့ လုပ်ဆောင်သူ။

၁၃။ကိုယ့်အတွေ့အကြုံပေါ်ပဲ အခြေခံသူနဲ့ သူများအတွေ့အကြုံကို ဦးနှောက်ငှားသုံးသူ။

၁၄။ပြိုင်ဘက်တွေ ကိုယ့်ကိုအတုခိုးတာကို စိုးရိမ်ပူပန်သူနဲ့ ကိုယ့် Culture နဲ့ ကိုယ့်လုပ်ပုံကိုင်ပုံအတွေးအခေါ်၊ နည်းစနစ်တွေ ကို အတုခိုးလို့မရဘူးဆိုတာ နားလည်သလို စနစ်တကျလည်း တည်ဆောက်ထားသူ။

အိမ်စာလုပ်ပါ

လုပ်ငန်းရှင်တွေအတွက် မှန်းဆရမလွယ်ကူတဲ့အချိန် ဖြစ်ပါတယ်။ လုပ်ငန်းတစ်ခုကို 'စီမံခန့်ခွဲ" ၊ 'ဦးဆောင်" ၊ "လည်ပတ်" ဖို့ အိမ်စာ လုပ်ထားမှ တော်ကာကျပါတယ်။ လုပ်ငန်းရှင်တိုင်း မဖြစ်မနေ လုပ် ရတဲ့အိမ်စာကတော့ စီမံခန့်ခွဲ၊ ဦးဆောင်၊ လည်ပတ်တဲ့အပိုင်း ဖြစ် ပါတယ်။

စီမံတာကို Manager (မန်နေဂျာ) က လုပ်ပါတယ်။ ဦးဆောင်တာကို Owner (လုပ်ငန်းရှင်) က လုပ်ပါတယ်။ လည်ပတ် တာကို သက်ဆိုင်ရာကျွမ်းကျင် Technician Staffs (ဝန်ထမ်းတွေ) က လုပ်ပါတယ်။ ဒီလိုလုပ်ဆောင်ဖို့ လုပ်ငန်းရှင်ဟာ "ကိုယ့်နေရာ ကိုယ်သိ"၊ "ကိုယ့်အလုပ် ကိုယ်လုပ်" ၊ "ကိုယ့်တာဝန် ကိုယ်ကျေ' ဖို့ လိုအပ်ပါတယ်။

လည်ပတ်မှုအပိုင်းမှာ အမှတ်တံဆိပ်တည်ဆောက်တာ (Branding) ၊ ဖောက်သည်ရှာတာ (Marketing) ၊ ရောင်းတာ (Sale) ၊ ဝယ်ပြီးဖောက်သည်ပြန်လာဖို့ (Customer Service) ၊စာရင်းအင်း (Accounting & Finance) ၊ ကုန်ပစ္စည်းထိန်းချုပ်မှု (Inventory Control) အစရှိတဲ့အပိုင်းတွေကို လည်ပတ်ဖို့အတွက် လုပ်ဆောင်ခြင်း (Operation) အပိုင်းလို့ခေါ်ပါတယ်။ ဒီအပိုင်း တွေကို အလေအလွင့်နည်းနည်း၊ စည်းစနစ်တကျ "လူနဲ့ စနစ်" အသုံး ပြုပြီး "ရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင်" ရောက်အောင် လုပ်ဆောင်တာကို Management လို့ခေါ်ပါတယ်။

လုပ်ငန်းရဲ့ အနာဂတ်ရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင် ချမှတ်ခြင်း၊ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုအသစ်၊ ဈေးကွက်အပြောင်းအလဲ၊ နိုင်ငံရေး၊ စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး၊ နည်းပညာ၊ ဥပဒေ၊ ငွေကြေးအပြောင်းအလဲ အစရှိတဲ့အခြေအနေတွေကို ဆန်းစစ်သုံးသပ်ခြင်းကို လုပ်ငန်းရှင်က လုပ်ရပါတယ်။ Strategic Planning လို့ခေါ်ပါတယ်။ ဒီလို ကိုယ့် အလုပ်ကိုယ်လုပ်နိုင်ဖို့ လုပ်ငန်းကို စနစ်ချဖို့လိုအပ်ပါတယ်။ ဒါကြောင့် ကိုယ်မပါဘဲ လည်ပတ်တဲ့လုပ်ငန်း တည်ဆောက်ဖို့ လုပ်ငန်းရှင်ဟာ အိမ်စာလုပ်ဖို့လိုပါတယ်။

လုပ်ငန်းရှင်တစ်ယောက် ကိုယ်ရည်ကိုယ်သွေး ၄ မျိုး

ပြန်လည်စဉ်းစားကြည့်ပါ။

လုပ်ငန်းရှင်အနေနဲ့ စိတ်ကူးမယဉ်တာ ဘယ်လောက်ကြာပြီလဲ။ လုပ်ငန်းစတင်တုန်းက စိတ်ကူးအိပ်မက်တွေ တစ်လှေကြီးနဲ့ ရင်ခုန်စွာစတင်ခဲ့ကြတယ်။ အချစ်တွေနဲ့စတွေ့တဲ့အခါ ရင်ခုန်သလိုပါပဲ။ အချိန်နဲ့ လောကဓံ တိုက်စားတာများသွားတဲ့အခါ လုပ်ငန်းရှင်အနေနဲ့ စိတ်ကူးယဉ်တာတွေ ရပ်သွားတဲ့အချိန်တွေ ရှိတတ်တယ်။ ကိုယ်မပါဘဲ လည်ပတ်တဲ့လုပ်ငန်း တည်ဆောက်ဖို့ လုပ်ငန်းရှင်ဟာ စိတ်ကူးယဉ်သူ (Dreamer) တစ်ယောက်ဖြစ်ဖို့လို တယ်။ ဒါမှ လုပ်ငန်းအတွက် Vision ပေါ်လာမှာဖြစ်တယ်။

စိတ်ကူးယဉ်ပြီးရင် အိပ်မက်တွေ အကောင်အထည်ဖော်ဖို့ လုပ်ငန်းရှင်အနေနဲ့ စဉ်းစားကြံဆ မဟာဗျူဟာချဖို့ လိုလာပါပြီ။ ဒါကြောင့် အချိန်ယူပြီး ကိုယ့်လုပ်ငန်း Vision တွေအကောင်အထည် ဖော်ဖို့ မဟာဗျူဟာ (Strategy) ကို စဉ်းစားရပါတယ်။ ဒါကြောင့် လုပ်ငန်းရှင်ဟာ Thinker ဖြစ်ဖို့လိုပါတယ်။

လုပ်ငန်းရှင်ဟာ ဆက်သွယ်သူကောင်းတစ်ယောက်ဖြစ်ဖို့ လည်း လိုအပ်ပါတယ်။ ကိုယ့် Idea တွေကို ဝန်ထမ်းတွေ၊ ဖောက်သည် တွေ လက်ခံဖို့ Excellent Communicator ဖြစ်ဖို့လိုအပ်ပါတယ်။ ဒါမှ ကိုယ့် Vision ကို ဝန်ထမ်းတွေက အကောင်အထည်ဖော်မယ်။ ဖောက်သည်တွေက လက်ခံမှာဖြစ်ပါတယ်။

ဒီတော့ လုပ်ငန်းရှင်တစ်ယောက်ဟာ ကိုယ့်ရဲ့စိတ်ကူးယဉ် အိပ်မက်တွေနဲ့ မဟာဗျူဟာတွေကို လူတွေမှတ်မိအောင် ပြောဆို တတ်ဖို့လိုပါတယ်။

ဒါကို Storyteller လို့ခေါ်ပါတယ်။ တကယ်လို့ သာဓကတစ်ခုကိုကြည့်ချင်ရင် Jack Ma 1999 ဆိုပြီး YouTube မှာ Bloomberg Originals က တင်ထားတာကို ရှာကြည့်ပါ။

လုပ်ငန်းရှင်အနေနဲ့ ကိုယ်မပါဘဲ လည်ပတ်တဲ့လုပ်ငန်း တည်ဆောက်တဲ့အခါ အစပိုင်းမှာ ဦးဆောင်ရပါမယ်။ လူတွေနဲ့ စနစ် တွေအသုံးပြုပြီး ကိုယ့်လုပ်ငန်းအိပ်မက်တွေရောက်ဖို့၊ မဟာဗျူဟာကို အကောင်အထည်ဖော်ဖို့ Leader ကောင်းတစ်ယောက်လို စဉ်းစားရ ပါမယ်။

လူတွေကို ပြုစုပျိုးထောင်ပေးရမယ်။ ဒါကတော့ လုပ်ငန်းငယ် လေးတွေရဲ့ ကမ္ဘာ့နံပါတ် ၁ နည်းပြလို့ သတ်မှတ်ထားကြတဲ့ Emyth စာအုပ်ရဲ့စာရေးဆရာ Michael Gerber ရဲ့ အတွေးအခေါ်လေး တစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။

Leader Manager

ခေါင်းဆောင်နဲ့ မန်နေဂျာ ဘာကွာလဲ။ ခေါင်းဆောင်က စနစ်ချပေးတယ်။ မန်နေဂျာက စနစ်ကို အကောင်ထည်ဖော်ပေးတယ်။ “Lead- er works ON the system. Manager works IN the system."

ဒါကတော့ ကျွန်တော်အကြိုက်ဆုံး အဓိပ္ပာယ်ဖွင့်ဆိုချက် တစ်ခုပါ။

လုပ်ငန်းအတွက် ကိုယ်ပိုင်အယူအဆရှိပါ

လုပ်ငန်းရှင်တွေအနေနဲ့ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတွေကို ဦးဆောင်တဲ့ နေရာမှာ ကိုယ်ပိုင်အယူအဆတွေ ရှိဖို့လိုတယ်။

လုပ်ငန်းရှင်တစ်ယောက်ရဲ့ ကိုယ်ပိုင်အယူအဆဟာ ကိုယ့်လုပ်ငန်းကို တခြားလုပ်ငန်းတွေနဲ့ ကွဲပြားသွားစေတယ်။ကျွန်တော့်အနေနဲ့ကတော့ နောက်ပိုင်း ကိုယ်လုပ်တဲ့ လုပ်ငန်းတွေမှာ ဒီအယူအဆတွေ ထည့်ထားတယ်။

၁။ကိုယ့်ရဲ့လုပ်ငန်းက လူပေါင်းတစ်ထောင်ရဲ့ ပြဿနာကို အကောင်းဆုံးဖြေရှင်းပေးနိုင်ရမယ်။

၂။ဈေးကို ကိုယ်တိုင်ထိန်းချုပ် သတ်မှတ်နိုင်ရမယ်။

၃။လုပ်ငန်းစတင်တဲ့အချိန်မှာ၊အပင်ပန်းခံပြီး၊ သတ်မှတ်ချိန်တစ်ခုရောက်ရင်ကိုယ်လုံးဝပါစရာမလိုတာမျိုးဖြစ်ရမယ်။

၄။ဒီနေ့လုပ်လိုက်တဲ့အလုပ်ဟာ အနာဂတ်ရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင် ရောက်ဖို့ အားဖြည့်ပေးနိုင်ရမယ်။

၅။ကိုယ်လုပ်တဲ့လုပ်ငန်းတိုင်းဟာ အလွယ်တကူချဲ့ထွင်နိုင်တဲ့Scalable Business ဖြစ်ရမယ်။

၆။လူ (ဝန်ထမ်း) အသုံးပြုမှုအနည်းဆုံးနဲ့ လည်ပတ်နိုင်ရမယ်။

၇။ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုဟာ ဈေးကွက်မှာ ရှိတာတွေထက် တစ်မူထူးခြားရမယ်။

၈။Hire for Mindset, Train for Skills လို့ပြောကြတယ်။

ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့ Core Values တန်ဖိုးထားမှုတွေနဲ့ကိုက်ညီတဲ့ သူတွေနဲ့ပဲ အလုပ်လုပ်မယ်။

၉။လုပ်ငန်းတိုင်းမှာ Risk တွေရှိတယ်။ ဒါပေမဲ့ Downside Risk အနည်းဆုံးနဲ့ Upside Potential အမြင့်ဆုံး ဖြစ်ရမယ်။

၁၀။မတူညီတဲ့ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုတွေကို မတူညီတဲ့ Busi- ness Model နဲ့ သွားမယ်။ ဒီနေ့ခေတ်မှာ Business Model တစ်ခုတည်းနဲ့

မရှင်သန်နိုင်ဘူး။

၁၁။လုပ်ငန်းက သိပ်ကြီးစရာမလိုဘူး။ သတ်မှတ်တဲ့ Target တော့ ရောက်ရမယ်။ အရေးကြီးတာက ကိုယ့်ကို စိတ်ချမ်းသာမှုပေး ရမယ်။

အယူအဆတွေဟာ တစ်ယောက်နဲ့တစ်ယောက်တော့ တူမှာ မဟုတ်ဘူး။ အရေးကြီးတာ လုပ်ငန်းတစ်ခုမှာ ကိုယ်ပိုင်အယူအဆ ရှိဖို့လိုတယ်။

အကြည်ဓာတ် မပျောက်ပါစေနဲ့

လုပ်ငန်းတစ်ခုကို ဦးစီးတယ်ဆိုတာ လွယ်တဲ့ကိစ္စမဟုတ်ဘူး။ ဖောက်သည်၊ ဝန်ထမ်း၊ လုပ်ငန်းလည်ပတ်မှု နိုင်ငံရေး၊ စီးပွားရေး၊ ဈေးကွက်အပြောင်းအလဲကြားမှာ လုပ်ငန်းရှင်အနေနဲ့ စိတ်ဓာတ်ရေးရာကြံ့ခိုင်ဖို့က သာမန်လူတွေထက် ပိုလိုတယ်။ ဒူပေနာပေခံဖို့ လိုတယ်။ ဘယ်လိုပဲဖြစ်ဖြစ် အကြည်ဓာတ် မပျောက်ပါစေနဲ့။

ကိုယ့်ရဲ့ Winning Formula ကဘာလဲ သေချာသိဖို့လိုတယ်

ကိုယ့်ရဲ့ Winning Formula ကိုယ်သိပါ။ တချို့တွေက ဈေးကွက်အသွားအလာကြည့်ပြီး ဝယ်ရောင်းနဲ့ အောင်မြင်ကြတယ်။ ကုန်သည် Trader လို့ခေါ်တယ်။ တချို့က ဘယ်သူနဲ့ဘယ်သူ ချိတ်ဆက်ပေးရင် ရနိုင်မလဲဆိုပြီး ဝယ်စရာမလိုဘဲ ပွဲစားလုပ်ပြီး အောင်မြင်ကြတယ်။ Deal Maker ပွဲစားလို့ခေါ်တယ်။

တချို့ကျတော့ ကုန်အမှတ်တံဆိပ်တည်ဆောက်၊ လူတွေရဲ့ ယုံကြည်မှုကိုရအောင် တည်ဆောက်၊ စီးပွားရေးတွေတည်ဆောက်ပြီး အောင်မြင်ကြတယ်။ Brand Builder လို့ခေါ်တယ်။ တချို့က လုပ်ငန်းတွေ လိုအပ်တဲ့အရာတွေကို ထုတ်လုပ်ပံ့ပိုးပေးပြီး အောင်မြင် ကြတယ်။ Manufacturer လို့ခေါ်တယ်။

တချို့က အနာဂတ်အမြင်ရှိတဲ့ဦးဆောင်သူရဲ့ အနာဂတ် အမြင်ကို ပံ့ပိုးပေးရင်း အောင်မြင်ကြတယ်။ Supporter or Insid- er လို့ခေါ်တယ်။ တချို့က တော်တဲ့လုပ်ငန်းရှင်တွေရဲ့လုပ်ငန်းမှာရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုပြုပြီး အောင်မြင်ကြတယ်။ Investor လို့ခေါ်တယ်။ ကိုယ့်ရဲ့ Winning Formula က ဘာလဲ သေချာသိဖို့လိုတယ်။

Planning > Plan

Plan ဆိုတာ အမြဲချနေရတာမျိုး။ လုပ်ငန်းရှင်တချို့ ထင်ကြတာ ကျွန်တော့်ကို Business Plan ဆွဲပေး Marketing Plan ဆွဲပေး ဆိုပြီး တစ်ခါတည်းပြီးသွားမယ့်အမျိုးလို့ ထင်ကြတယ်။

Plan ဆိုတာ အဖြစ်အပျက်တစ်ခုမဟုတ်ပါဘူး။ Plan ဆိုတာ ဖြစ်စဥ်တစ်ခုပါ။

နောက်တစ်ပတ်လုပ်မယ့်အစီအစဥ်ဟာဒီရက်ပိုင်းမှာဖြစ်ပျက်မှုတချို့ကြောင့်အ
ဒါကြောင့် ကိုယ့် Plan ကို အမြဲ Update လုပ်နေဖို့ လိုအပ်တယ်။

New Year ညမှာ ၂၀၂၂ အတွက် Plan ဆွဲပြီး တစ်ခါတည်း အကောင်အထည်ဖော်တယ်ဆိုတာ အကောင်းဆုံးနည်းလမ်း ဖြစ်ချင်မှဖြစ်လိမ့်မယ်။

ကိုယ့် Plan အကောင်အထည်ဖော်နေတုန်းမှာ အသိဉာဏ်အသစ်တွေ၊

အတွေ့အကြုံအသစ်တွေ၊ သင်ခန်းစာအသစ် တွေက ကိုယ့်ကို သင်ကြားပေးသွားမှာဖြစ်တယ်။

ဒါကြောင့် Plan ဆိုတာ အမြဲ Update လုပ်နေရတဲ့ Process ဖြစ်တယ်။

ကိုယ်မပါဘဲ၊ ဒါမှမဟုတ် ပါဝင်မှုအနည်းဆုံးနဲ့ လည်ပတ်တဲ့လုပ်ငန်းတည်ဆောက်ဖို့ အဆင့် ၃ ဆင့်

ပထမအဆင့်က Design အဆင့်ပါ။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့ Business Modelပုံစံပါ။

ဒီ BMD (Business Model Design) မှားရင် စနစ်ချရ ခက်တတ်ပါတယ်။ ဘာကြောင့် KFC တို့မှာ မစားခင်အရင် ငွေကြိုချေရပါသလဲ။ ဒါကို Self-service Business Model လို့အကြမ်းဖျင်း ခေါ်လို့ရပါတယ်။

ကိုယ့်လုပ်ငန်းက တစ်ခွန်းဈေးမဟုတ်ဘဲ တစ်ယောက် တစ်ပေါက်နဲ့ ဈေးရောင်းနေသမျှ Pricing Policy မငြိမ်တဲ့အခါ စနစ်ချရ ခက်ပါတယ်။ ဒါကြောင့် ပထမအဆင့်က Design ပါ။

ဒုတိယအဆင့်က Management အဆင့်ပါ။ Manage- ment ဆိုတာ လူနဲ့စနစ်ပေါင်းပြီး ရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင်ရောက် အောင်လုပ်တာဖြစ်တယ်။ စနစ်တစ်ခုဆိုတာ Repeatable Processဖြစ်တယ်။ ဒါကြောင့် Process တစ်ခုတည်ဆောက်ဖို့ Workflow တွေ သေချာဆွဲထားဖို့လိုတယ်။ Management နဲ့ပတ်သက်တဲ့ အိမ်စာလုပ်ဖို့ အောက်သက်ကျေဖို့လိုတယ်။

တတိယကတော့ Continuation အဆင့်ပါ။ ကိုယ့်လုပ်ငန်း ကိုယ်မပါဘဲ ဖောက်သည်တွေရဲ့လိုအပ်ချက်ကို အမြဲဖြည့်ဆည်းနေ နိုင်ဖို့ တီထွင်ဆန်းသစ်မှုနဲ့ Management ကို ဟန်ချက်ညီညီလွှဲ နိုင်ဖို့ လိုပါတယ်။

ပါဝါ Niche ဒိုင်လျှိုဈေးကွက်တစ်ခု ထားပါ

ကိုယ် သောက်သောက်လဲ ဝင်ငွေရနေတဲ့လမ်းကြောင်းကို ပြိုင်ဘက် တွေ မသိလေ ကောင်းလေပဲ။ ဒီလို အမြတ်ငွေ သောက်သောက်လဲရ ပြိုင်ဆိုင်မှုလည်းကင်းတဲ့ ဈေးကွက်မျိုးကို Power Niche လို့ ခေါ် တယ်။

ဥပမာ- Gym တစ်ခုမှာ ပုံမှန်လစဉ်ကြေး၊ နှစ်စဉ်ကြေး၊ Personal Trainer ကနေ ဝင်ငွေရရာက ဥပမာ- ဗိုက်ကြီးသည်တွေ အတွက် Yoga လိုမျိုး အစရှိတဲ့ ပြိုင်ဆိုင်မှုနည်းပြီး အမြတ်များတဲ့ Niche ရှိထားသင့်ပါတယ်။

ကိုယ့်ရဲ့အတွေး၊ အကြံ၊ အလုပ်ကို ဂရုပြုပါ

ဘူပိတ်တဲ့လုပ်ငန်းရှင်နဲ့-အလုပ်ဖြစ်တဲ့လုပ်ငန်းရှင်-ကွာခြားချက်အကြီးကြီးတစ်ချက်ရှိတယ်။

အလုပ်ဖြစ်တဲ့လုပ်ငန်းရှင်က ကိုယ် ဘာလိုချင်တာလဲကို အဓိကစဉ်းစားတယ်။

ဒါကို ရအောင်လုပ်ဖို့ နည်းလမ်းအမြဲရှာတယ်။ အကောင်အထည်ဖော်တာ မြန်တယ်။

ဘူပိတ်တဲ့လုပ်ငန်းရှင်က ဟိုဟာ ဟိုလိုဖြစ်နေတာ။ သူက ဒါမျိုးမလုပ်ဘဲ ဒီလိုလုပ်နေလို့။ ဒီလိုအချိန်မျိုး ဘာလုပ်လို့ရမှာလဲ။ ငါလည်း မလုပ်တတ်ဘူး။ အရင်က လုပ်မှမလုပ်ဖူးတာ။ ဒါ့ကြောင့် ဒီလိုဖြစ်သွားတာ။ ဝန်ထမ်းတွေ အသုံးမကျလို့။ ပြောမနေပါနဲ့၊ လူတွေက ထိန်းရခက်တယ်။ ဒီလိုညည်းတွားနေပြီး တိုင်ပတ် ဘူပိတ် နေတတ်တယ်။

အလုပ်ဖြစ်တဲ့လုပ်ငန်းရှင်က ငါလိုချင်တာ ဘာလဲ၊ ဒါကို ရအောင် ဘာလုပ်မလဲ၊ ဘယ်သူ့ကို မေးမလဲ၊ ဘာတွေကို လေ့လာ ရမလဲ၊ ဘယ်တော့ စလုပ်မလဲ လှုပ်ရှားမှု မြန်ဆန်တယ်။ ဒါကြောင့် လုပ်ငန်းရှင်တို့ ကိုယ့်ရဲ့အမူအကျင့်တွေကို ဂရုပြုကြပါ။

လုပ်ငန်းကို ထုတ်ကုန်တစ်ခုလို စဉ်းစားကြည့်ပါ

ကိတ်မုန့်ဆရာက ကိတ်မုန့်ဆိုင်ဖွင့်တဲ့အခါ မုန့်ဖုတ်တဲ့အပိုင်းကိုပဲ ဝင်လုပ်နေလို့မရတော့ဘူး။

ကိတ်မုန့်ဖုတ်တယ်ဆိုတာ သူ့လုပ်ငန်းရဲ့ တစ်စိတ်တစ်ဒေသပဲဖြစ်သွားတဲ့အတွက် ဒီအပိုင်းကိုပဲအာရုံစိုက်မယ် ဆိုရင် လုပ်ငန်းတစ်ဖက်စောင်းနင်းဖြစ်ပြီး ရှေ့ရောက်သင့်သလောက် မရောက်ဖြစ်မယ်။ ကိတ်မုန့်ဆရာက ကိတ်မုန့်ဆိုင်စဖွင့်တာနဲ့ သူ့ရဲ့ ကုန်ပစ္စည်းဟာ ကိတ်မုန့်လုပ်ငန်းဖြစ်သွားပြီ။

ပုံမှန်ရောင်းနေကျ ကိတ်မုန့်ဖုတ်တာအပြင် ဖောက်သည် အသစ်ရှာတာ၊ ဖောက်သည်တွေကိုလှေ့လာပြီး ကြိုက်နိုင်တဲ့ ကုန် ပစ္စည်း အသစ်ထုတ်တာ၊ ဖောက်သည်တွေနဲ့ ကောင်းမွန်တဲ့ ဆက်ဆံရေး တည်ဆောက်တာ၊ ဝန်ထမ်းနေရာချထားမှုနဲ့ စီမံခန့်ခွဲ တာ၊ စာရင်းဇယားအပိုင်း၊ ကုန်ပစ္စည်းဝယ်ယူမှုအပိုင်း အစရှိတာ တွေဟာ သူနဲ့သက်ဆိုင်လာပြီ။ ဒီအပိုင်းတွေကို အစပိုင်းမှာ ကိုယ်တိုင်လုပ်ဆောင်ကြတယ်။

နောက်ပိုင်းကျတော့ တခြားသူတွေကို တာဝန်လွှဲပြောင်းပေးကြတယ်။ ဒီကမှတစ်ဆင့် လုပ်ငန်းတွေ ထပ်ချဲ့ကြတယ်။ လုပ်ငန်းရှင်တစ်ယောက်လုပ်မယ်ဆိုရင် လုပ်ငန်းရဲ့အရှင်သခင် ဖြစ်ဖို့ ကိုယ်ဟာ ကိုယ့်လုပ်ငန်းထက်ကြီးတယ်ဆိုတာ သေချာသိထား ရပါမယ်။

ကိုယ်က တိုးတက်မှုတွေမရှိဘဲ ကိုယ့်လုပ်ငန်းက ကံကောင်း ပြီး ကြီးထွားသွားတဲ့အခါ လုပ်ငန်းရှင်အများစုက ရထားတဲ့အောင်မြင် မှုလေး ပြန်ကျသွားမှာ ကြောက်တတ်ကြတယ်။ ဒီလိုမဖြစ်ဖို့ စီးပွားရေး ရေလှိုင်းတွေကြားမှာ တစ်နေရာက တစ်နေရာရောက်ဖို့ ရေကူးတတ် နေရုံနဲ့ မရပါဘူး။ လှေလှော်တတ်ဖို့၊ မော်တော်ဘုတ်မောင်းတတ်ဖို့၊ ဈေးကွက်ကြီးထဲ သွားရင်သွားသလို ပင်လယ်ကူးသင်္ဘောတွေ မောင်းနှင်ဖို့လိုရင် မောင်းနှင်ခိုင်းစေတတ်ဖို့ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် ပြင်ဆင် တဲ့အနေနဲ့ အမြဲတိုးတက်နေတဲ့ ဘဝနေထိုင်မှုပုံစံ ရှိရမယ်။

အသုံးချစိတ်ပညာကို လေ့လာပါ

လုပ်ငန်းရှင်တွေအနေနဲ့ အသုံးချစိတ်ပညာတော့ အနည်းဆုံးသိထားသင့်တယ်။ ဝန်ထမ်းရေးရာ စီမံခန့်ခွဲတဲ့အခါ၊ ဖောက်သည်တွေနဲ့ ဆက်ဆံတဲ့အခါ လူကြောနပ်ဖို့လိုတယ်။ ဒါကြောင့် ဟောင်ကောင် သူကြွယ်ကြီး လီကာရှင်းက စီးပွားရေးလုပ်နည်း မသင်ခင်မှာ လူ လုပ်နည်း (လူပေါင်းသင်းဆက်ဆံနည်း) သိအောင်လုပ်ပါတဲ့။

အစပိုင်းမှာ ၁၀ ရာခိုင်နှုန်းလောက်ပဲ မျှော်မှန်းပြီး စိတ်လျှော့ကြည့်ပါ

လုပ်ငန်းရှင်အများစုက ကိုယ့်ဝန်ထမ်းတွေကို ကိုယ့်လို မစဥ်းစားနိုင်၊ မလုပ်နိုင်၊ နိုင်၊ မတွေးနိုင်လို့ အားမလိုအားမရ ဖြစ်တတ်ကြတယ်။ ကိုယ့်လိုတွေးနိုင်ရင် ကိုယ့်လိုလုပ်ငန်း လုပ်နေမှာပေါ့။

ဒါကြောင့် ဝန်ထမ်းခန့်တဲ့အခါ လုပ်ငန်းရှင်တွေကို အကြံ ပေးချင်တာ ကိုယ့်ရဲ့ ၁၀ ရာခိုင်နှုန်းလောက်ပဲ မျှော်မှန်းချက်ထားပါ။ မဟုတ်ရင် စိတ်ဆင်းရဲရလွန်းလို့ပါ။

အောင်မြင်တဲ့လုပ်ငန်းရှင်တိုင်းက တွက်ကတ်မနေဘူး

အောင်မြင်တဲ့လုပ်ငန်းရှင်တိုင်းက တွက်ကတ်မနေဘူး။ ခပ်ကြီးကြီး စဉ်းစားပြီး တချို့အသေးလေးတွေကို စတေးတယ်။ ဘယ်သူ့ကို ဘယ်လိုခိုင်းရမလဲဆိုတာ သိတယ်။ ဂါရဝတရားရှိပြီး ကိုယ့်ဘက်က အရင်ပေးလိုက်ရမှာ ရင်းလိုက်ရမှာ တွန့်တိုလေ့မရှိဘူး။ သိထားတဲ့ သတင်းအချက်အလက်ကို အကောင်အထည်ဖော်တာ တအားမြန် တယ်။

အရာရာကိုသိမှ စမယ်ဆိုတာထက် စရင်းနဲ့ ပိုသိသွားတဲ့ လူတွေ များတယ်။ ပြဿနာတစ်ခုကြုံရင် ဘယ်သူ့အပြစ်တင်ရမလဲ စဉ်းစားတာထက် နောက်တစ်ခါ ဒါမျိုးမကြုံအောင် ဘယ်လိုလုပ်မလဲ စဉ်းစားတယ်။ ကြောက်စိတ်တွေကြောင့် စိတ်ညစ်နေတာထက် အဖြေ ရှာပြီး မဖြစ်ဖြစ်အောင်လုပ်တဲ့သူတွေ။

ဘူပိတ်တဲ့လုပ်ငန်းရှင်တွေကျတော့ ကိုယ့်ဘက်ရဖို့အရင် စဉ်းစားတယ်။ ကိုယ့်ဘက်က အရင်မပေးချင်ဘူး။ အလကားလိုချင်တာ များတယ်။ တစ်ခုခုဆို ဟိုလူ့ကြောင့်၊ ဒီလူ့ကြောင့်၊ သူ့ကြောင့် ဒီလိုဖြစ်သွားတာဆိုတာမျိုး လုပ်တတ်တယ်။ အောင်မြင်ရင် သူ့ကြောင့်၊ မအောင်မြင်ရင် သူများကြောင့်ဆိုတဲ့သူမျိုး။ အသေးစိတ် တွက်ကတ်ပြီး အမြင်ကျယ်ကျယ် မထားနိုင်ဘူး။ မသိတာတစ်ခုအတွက် မာန်မချဘူး။ ငါသိ၊ ငါတတ်။

အောင်မြင်တဲ့လုပ်ငန်းရှင်အများစု အစချီတာက "ကျွန်တော်၊ ကျွန်မက ဘာမှမသိဘူးနော်" အဲဒီလိုအစချီပြီး အောင်မြင်သွား ရင်လည်း သူတို့ပဲ။ ဒါကတော့ ဘဝမှာ လေ့လာမိတဲ့လုပ်ငန်းရှင်တွေ အကြောင်း ဖြစ်ပါတယ်။

အမှတ်တံဆိပ် တည်ဆောက်ပါ

ဒီနေ့ခေတ်စီးပွားရေးလုပ်တဲ့ပုံစံ ပြောင်းလဲသွားပြီ။

ထုတ်လုပ်မှုက ပြဿနာမဟုတ်တော့ဘူး။ Overproduction တောင်ဖြစ်တဲ့အတွက် ပစ္စည်းတွေပုံပြီး ကုန်အောင်ရောင်းဖို့ ပိုအရေးကြီးတဲ့ခေတ်ဖြစ်သွားပြီ။

အဘိုးလက်ထက်ကတော့ ကုန်ပစ္စည်းရှားပါးတဲ့အတွက် ကုန်ပစ္စည်းရှိရင်ကို အလုအယက်ဝယ်ကြတဲ့ခေတ်။ အခုကတော့ ပစ္စည်းအလျှံပယ်ထုတ်နိုင်ပြီး ဝယ်ဖို့ပိုအားထုတ်ရတဲ့ခေတ်ဖြစ်တယ်။ ဒီတော့ Production ထက် Consumption ကို ပိုအားထုတ်ရတဲ့ ခေတ် ဖြစ်လာတာနဲ့အညီ အလားအလာရှိတဲ့ ဖောက်သည်တွေ ကိုယ့်ကိုသိဖို့ နာမည်တစ်လုံးတည်ဆောက်ဖို့ လိုလာတယ်။

ဒီလို နာမည်တစ်လုံးဖြစ်လာအောင် တည်ဆောက်တာကို Branding လို့ခေါ်တယ်။

အလွယ်ကူဆုံးပြောရမယ်ဆိုရင် အမှတ် တံဆိပ်တစ်ခုဆိုတာ ကတိတစ်ခုပဲ။ ကိုယ့်ဖောက်သည်တွေကိုပေးတဲ့ ကတိပေါ့။ ဥပမာ-သုံးမိနစ်ပဲစောင့်ဆို ဒါ မာမားဆိုတာ တန်းသိ တယ်။ ဒါကြောင့် အမှတ်တံဆိပ်တည်ဆောက်ပါ အမျိုးတို့။

ကိုယ့်ရဲ့စူပါပါဝါ ကိုယ်သိပါ

မားကက်တင်း ဒီပုံစံလုပ်လိုက်လို့ ဒီလောက်ရောင်းအားတက်သွား တယ်။ မှန်တယ်။ အဲဒါ ခဏပဲရလိမ့်မယ်။ ရေရှည်ခံချင်ရင် အရေးကြီးတာ ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့စူပါပါဝါကို သိရမယ်။ ဒါကို ရေရှည် ခံအောင်လုပ်ရမယ်။ ဒါကို ဝါရင်းဘတ်ဖက်ရဲ့ပါတနာ ချာလီမန်ကာက ဘယ်လိုပြောခဲ့လဲဆိုရင်-

"Charlie says that once we have decided we're capable of understanding the business, the next thing to determine is whether the business has an intrinsic compet- itive advantage that is durable. In Buffett's investing strat- egy, this concept is referred to as a Moat."

ကိုယ်က လူတိုင်းနဲ့ အကုန်လုံးလိုက်ပြိုင်စရာမလိုဘူး။ ကိုယ့်စူပါပါဝါ ကိုယ်သိ။ ဒါကို ပြုစုပျိုးထောင်။ တခြားလုပ်ငန်းတူတွေ မလိုက်နိုင်အောင်လုပ်။

ဘယ်လိုပုံစံနဲ့ စီးပွားရေးလုပ်မှာလဲ

ရေကြီးတဲ့နေရာမှာ ခြေတံရှည်အိမ်တွေဆောက်တာ မြင်ဖူးလိမ့်မယ်။ အလားတူပဲ ကာလံဒေသံပေါ်မူတည်ပြီး အကောင်းဆုံး Business Model" ကို ရွေးချယ်နိုင်ဖို့လိုတယ်။

အရင်ကတော့ ရပ်ကွက်ထိပ်မှာ စာအုပ်ဆိုင်လေးဖွင့်တဲ့ ခေတ်။ ဒီနေ့ခေတ်က Website နဲ့ App တွေလုပ်ပြီး ငှားတဲ့ခေတ် ဖြစ်သွားပြီ။ အရင်ခေတ်က စာအုပ်ဆိုင်ဖွင့်ဖို့ လူလိုတယ်။ ဒီနေ့ ခေတ်က စာအုပ်ဆိုင်ဖွင့်ဖို့ နည်းပညာပဲလိုတယ်။ ဘာကွာသွားလဲ ဆိုတော့ စီးပွားရေးလုပ်တဲ့ပုံစံ ကွာသွားတယ်။ ဒါကို Business Model လို့ခေါ်တယ်။

ဒီလို စီးပွားရေးလုပ်တဲ့ပုံစံ တီထွင်ဆန်းသစ်တာကို Busi- ness Model Innovation လို့ခေါ်တယ်။ လုပ်ငန်းတစ်ခုရဲ့ ဖွဲ့စည်း လည်ပတ်ပုံတွေ မလုပ်ခင်မှာ သူ့ရဲ့ Business Model ကို အရင် သိဖို့လိုတယ်။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းကို ဒီဇိုင်းဆွဲတဲ့အခါလည်း အတူတူပဲ ပထမဆုံးစဉ်းစားရတာ ငါဘယ်လိုပုံစံနဲ့ စီးပွားရေးလုပ်မှာလဲ။

မော်ဒယ်မှားရင် မယ်တော်လည်း မကယ်နိုင်ဘူး

ခေတ်အခါနဲ့ကိုက်တဲ့ Business Model လိုတယ်။ မော်ဒယ်မှားရင် မယ်တော်လည်း မကယ်နိုင်ဘူး။ နိုင်ငံရေး၊ စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး၊ နည်းပညာအပြောင်းအလဲဖြစ်တိုင်း ကိုယ့်ရဲ့ Business Model ကို ပြန်ဆန်းစစ်ဖို့လိုတယ်။

Business ဆိုတာ စီးပွားရေး။ ဖောက်သည်ပြဿနာကို အမြတ်ယူပြီး ဖြေရှင်းပေးတာ။

ဒီတော့ သူများ “မ See တာကို See မှ ပွားတာ”။ မော်ဒယ်ဆိုတာ ဖောက်သည်ရဲ့ပြဿနာ (လိုအပ်ချက်၊ လိုချင်မှု) ကို ဘယ်လိုဖြေရှင်းမလဲဆိုတဲ့ပုံစံ၊ ဘယ်လိုအသိပေးမလဲ ဆိုတဲ့ပုံစံ၊ ဘယ်လောက်ယူပြီး ဘယ်လောက်ကုန်ကျမလဲဆိုတဲ့ပုံစံ၊ မော်ဒယ်မှားရင် မယ်တော်လည်း မကယ်နိုင်ဘူး။

ကိုယ်နဲ့ ကိုက်ညီတဲ့ Business Model တော်ဆောက်ပါ

မလုပ်ချင်တာတွေ မလုပ်ရဘဲ လိုချင်တာရအောင် လုပ်လို့ရတယ်။ ဒါကို ဒီဇိုင်းလို့ခေါ်တယ်။ ကိုယ့်ဘဝမှာ မလုပ်ချင်တာတွေ ချရေး ကြည့်။ ဥပမာ- စီးပွားရေးမှာဆို တိုးတက်မှုမရှိဘဲ ငွေအတွက်ပဲ အလုပ်လုပ်နေတာမျိုး၊ မလုပ်ချင်တာမျိုး ဖြစ်ရင်ဖြစ်မယ်။

ကိုယ့်စီးပွားရေးအတွက် ကိုယ့်ဘဝကို စတေးရ၊ ပေးဆပ်ပြီး လုပ်ငန်း ကြီးကြီးလာတာမျိုးမဖြစ်ချင်ဘူး။ ဒါမျိုးဖြစ်ရင်ဖြစ်မယ်။ ဒါမှမဟုတ် တစ်နေရာတည်းမှာ ခြေချုပ်မိမယ့် ခရီးသွားလို့မရတဲ့ လုပ်ငန်း မလုပ်ချင်ဘူး။ ဒါမျိုးဖြစ်ရင်ဖြစ်မယ်။

ဝန်ထမ်းတွေကြောင့် စိတ်သောကရောက်နေတာမျိုးမလိုချင်ဘူး။ ဒါမျိုးဖြစ်ရင်ဖြစ်မယ်။ တစ်ပြိုင်တည်းမှာပဲ ရချင်တဲ့ရလဒ်တွေက ဘာတွေလဲ။ တစ်ခါ တည်ဆောက်ပြီး တစ်သက်လုံးရောင်းလို့ရမယ့်အရာတွေ ဖန်တီး ချင်တယ်။

အဖေ့ခေတ်မှာ လုပ်လို့မရခဲ့တဲ့ ဆန်းသစ်တဲ့လုပ်ငန်းတွေလုပ်ချင်တယ်။ နေ့စဉ် တိုးတက်မှုရှိမယ့်လုပ်ငန်း လုပ်ချင်တယ်။

ကိုယ်တိုင်ဖန်တီးထားတဲ့ကုန်ပစ္စည်းတွေ အဓိကရောင်းချင်တယ်။

ဒါမျိုးဖြစ်ရင်ဖြစ်မယ်။ ကိုယ်မလုပ်ချင်တာမလုပ်ရဘဲ လိုချင်တဲ့ရလဒ် ရဖို့ ဒီဇိုင်းလုပ်ဖို့လိုတယ်။ ဒီ ဒီဇိုင်းကို စီးပွားရေးလည်ပတ်ပုံမှာ လုပ်ဆောင်တာကို Business Model လို့ခေါ်တယ်။

ရှာသောသူ တွေ့၏ မရှာရင် မတွေ့

ကိုယ်မပါဘဲ လည်ပတ်တဲ့လုပ်ငန်းက စနစ်နဲ့ စတာမဟုတ်ဘူး။ Business Model စတယ် စလုံးက ST Signature Hotel တစ်ခုလုံးမှာ Reception မှာ အမြဲ လူတစ်ယောက်ပဲရှိတာ မြင်လိမ့် မယ်။ ကျန်တာအားလုံး၊ သော့ဖွင့်၊ Check-in နဲ့ Check-out အကုန်လုံး ဖုန်းနဲ့ပဲ။

လူနှစ်ယောက်နဲ့လည်ပတ်တဲ့ ကော်ဖီဆိုင်တွေ။

Plug-in လေးရေးပြီး သန်းနဲ့ချီရှာနေတဲ့ တစ်ယောက်တည်းရှိတဲ့လုပ်ငန်းတွေ၊ ကနေဒါကျွန်းလေးပေါ်မှာနေပြီး စနစ်တည်ဆောက်ပြီး လုပ်ချင်တာ လုပ် သူ့အလိုလိုလည်ပတ်နေတဲ့လုပ်ငန်းတွေ။

လူအများစုထင်တာ ကိုယ်မပါဘဲ လည်ပတ်တဲ့လုပ်ငန်း ဆိုတာ စနစ်နဲ့စတယ်လို့ ထင်တတ်ကြတယ်။ ကိုယ်မပါဘဲ လည်ပတ် တဲ့လုပ်ငန်းဆိုတာ လုပ်ငန်းလည်ပတ်မှုပုံစံဒီဇိုင်းနဲ့ စတယ်။ ဝန်ထမ်း မလိုတဲ့ စာအုပ်ဆိုင်ကို App နဲ့ ဖွင့်လို့ရတယ်။ ဝန်ထမ်းမလိုတဲ့ သင်တန်းကျောင်းကို Website/App နဲ့ ဖွင့်လို့ရတဲ့ခေတ်ကြီးဖြစ်နေပြီ။

အ Play ခံရတိုင်း ငွေဝင်တဲ့ Business Model နဲ့ အိပ်နေလည်း ငွေဝင်ဖို့ YouTube တွေ၊ တခြားလုပ်ငန်းတွေ အများကြီးပေါ်နေပြီ။ ရှာသောသူတွေ့၏၊ မရှာရင် မတွေ့။

ဂေဟစနစ် တည်ဆောက်ပါ

ကော်ပီကူးရခက်တဲ့လုပ်ငန်းတစ်ခု ဖန်တီးဖို့ ဂေဟစနစ်တည်ဆောက်ဖို့လိုတယ်။ ဒါကို Ecosystem လို့ ခေါ်တယ်။ ဒီဂေဟစနစ်တည်ဆောက်တဲ့စနစ်ကို ကျွန်တော်ကတော့ P လေးလုံးနဲ့ အလွယ်ကူဆုံးလုက်ဆောင်လို့ရအောင် Akyanpay's Guide to Ecosystem Building မှာ လွယ်ကူရိုးရှင်းအောင် ဖန်တီးထားတယ်။

၁။Problem Statement (ဈေးကွက်ပြဿနာ)

လုပ်ငန်းစတဲ့အခါ ဈေးကွက်ပြဿနာကိုသိရတယ်။ ဒါကို Problem-Market Fit လို့ခေါ်တယ်။ ဈေးကွက်ပြဿနာရဲ့ အတိမ်အနက်ကို တခြားသူတွေထက် ပိုသိလေလေ ဖြေရှင်းဖို့ နည်းလမ်းကောင်း ပိုရနိုင်လေလေ။

၂။Product-Market Fit (ကုန်ပစ္စည်းနဲ့ ဈေးကွက် အံ့ဝင်ခွင်ကျ ဖြစ်မှု)

ဈေးကွက်ပြဿနာသိပြီဆိုရင် ဒီပြဿနာဖြေရှင်းဖို့ ကုန် ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုတွေ ဖန်တီးရပြီ။ ကိုယ်ရောင်းမယ့် ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုနဲ့ ဈေးကွက်နဲ့ တစ်သားတည်းကျအောင်လုပ်ဆောင်တဲ့ အဆင့်။

၃။Positioning (ဖောက်သည်တွေရင်ထဲ နေရာယူမှု)

ကိုယ့်ဖောက်သည်တွေ၊ အလားအလာရှိတဲ့ဖောက်သည်တွေ ဘယ်လိုစကားလုံးတွေ ကြားရင် ကိုယ့်အမှတ်တံဆိပ်ကို စဉ်းစားမိအောင်လုပ်မလဲ။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းကို ဘယ်လိုမှတ်မိစေချင်လဲ။ ဒီလိုလုပ်ဆောင်တာကို Positioning လို့ခေါ် ပါတယ်။

၄။Platform (ပလက်ဖောင်း တည်ဆောက်ခြင်း)

ဒီတစ်ခုက တော်တော်လေးအရေးကြီးပါတယ်။ ပလက်ဖောင်းလို့ပြောလိုက်တဲ့အခါ ကိုယ့်လုပ်ငန်းနဲ့ ဖောက်သည်နှစ်ဦးတည်း မဟုတ်တော့ဘူး။

တခြားပါတနာတွေ ပါလာပြီ။ အမြင်သာဆုံးကတော့ ဒီနေ့ ခေတ် Denko တို့၊ BOC တို့လိုဓာတ်ဆီဆိုင်တွေက ဓာတ်ဆီရောင်း တာအပြင် ပစ္စည်းဝယ်လို့ရတဲ့စတိုးဆိုင် Convenience Store တွေ၊ လက်ဖက်ရည်ဆိုင်၊ စားသောက်ဆိုင်တွေနဲ့တည်ဆောက်တာမျိုးပေါ့။

ခပ်ကြီးကြီးပြောရမယ်ဆို Apple တို့၊ Microsoft,Facebook Google ဆိုရင် App Store : Developer နဲ့User ချိတ်ဆက်တာ။ Xiaomi ဆိုရင် Mi Jia လုပ်တာမျိုး။ ကိုယ့် လုပ်ငန်းက ဂေဟစနစ်မတည်ဆောက်ဘဲ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှု တစ်ခုတည်းနဲ့ပြိုင်နေရင် လူတွေ ကော်ပီကူးလို့ရနိုင်တယ်။

ဒါကြောင့် လုပ်ငန်းရှင်တို့ ဘယ်လောက်ခက်ခဲတဲ့ ဒေသမှာပဲနေနေ ဂေဟစနစ် တည်ဆောက်ဖို့ အရေးကြီးပါတယ်။

လုပ်ငန်းတွေ ကျဆုံးရတဲ့ အဓိကအကြောင်းရင်း

လုပ်ငန်းတွေ ကျဆုံးရတဲ့ အကြောင်းအရင်းက ဘာလဲ။ အကြောင်း အရင်းကတော့ တစ်ခုပဲ။ ဈေးကွက် အမြဲပြောင်းလဲနေတယ်။

ဖောက်သည်တွေအကြိုက် အမြဲပြောင်းလဲနေတယ်။

နည်းပညာတွေ အမြဲပြောင်းလဲနေတယ်။ စီးပွားရေးလုပ်တဲ့ပုံစံတွေ အမြဲပြောင်းလဲ နေတယ်။

ဈေးကွက်မှာ ပြိုင်ဆိုင်မှုဆိုတာ အနည်းနဲ့အများ ရှိတတ် ကြတယ်။ ပြိုင်ဘက်က လက်နက်တွေတပ်ဆင်ပြီး နည်းပညာအသစ် တွေ သုံးနေတဲ့အချိန် ကိုယ်က မသုံးရင် နောက်ကောက်ကျနေမယ်။

လုပ်ငန်းတွေ ကျဆုံးရတဲ့အကြောင်းအရင်းက ဈေးကွက်နဲ့အတူလိုက် မပြောင်းခြင်းပဲ။ ထိပ်ဆုံးက ကုမ္ပဏီနဲ့ လုပ်ငန်းတွေက ဈေးကွက်ကို ဦးဆောင်ပြီး အပြောင်းအလဲလုပ်တယ်။

သာမန်အောင်မြင်တဲ့လုပ်ငန်းတွေက ဈေးကွက်နဲ့အတူ အပြောင်းအလဲလုပ်တယ်။

နောက်ကောက်ကျတဲ့လုပ်ငန်းတွေကဈေးကွက်နောက်မှ အပြောင်းအလဲလုပ်တယ်။

လုပ်ငန်းတွေကို ကျဆုံးစေတာ ဈေးကွက်နဲ့အတူ လိုက်အပြောင်းအလဲ မလုပ်နိုင် ခြင်းပဲ။ တီထွင်ဆန်းသစ် နည်းလမ်းမြှင့်ပြီး ဈေးကွက်ကို ဦးဆောင် နိုင်ဖို့လိုတယ်။

စနစ်က အဖြေပဲ (System is the Solution)

စနစ်ဆိုးက လူကောင်းကို ပျက်စီးစေနိုင်တယ်။ လူ ဘယ်လောက်ကောင်းကောင်း စနစ်မကောင်းရင် ပျက်တာပဲ။ ဒါကို အက်ဝေါ့ဒင်းမင်းက "A bad system can beat a good person every time." တဲ့။ စနစ်က အဖြေပဲ။ စနစ်အထက်မှာ ဒီဇိုင်းဆိုတာ ရှိတယ်။ ကာလံဒေသံနဲ့ကိုက်ညီပြီး အနာဂတ် သွားချင်တဲ့လမ်းကြောင်းနဲ့ ကိုက်ညီအောင် ဒီဇိုင်းလုပ်ဖို့လိုတယ်။

ဘာတွေကို ဒီဇိုင်းလုပ်မလဲ၊ ဖွဲ့စည်းမှုပုံစံ Structure ကို အရင်ဆုံးဒီဇိုင်းလုပ်ရတယ်။ ဖွဲ့စည်းမှုပုံစံဆိုတာ ကျောရိုးတစ်ခုပဲ။ ဒီကျောရိုးပေါ်မှူတည်ပြီး လုပ်ငန်းဆောင်တာတွေ၊ ဖြစ်စဉ်တွေ လည်ပတ်တာ။

စနစ် (System) ဆိုတာက ဥပမာဗျာ ကိတ်မုန့်ဖုတ်မယ် ဆိုပါတော့-

၁။ မုန့်ဖုတ်မယ့်နည်း လိုမယ်။

၂။ လူလိုမယ်။

၃။ ပန်းကန်ပြား၊ ဇွန်း၊ ဒယ်အိုး အစရှိတာလိုမယ်။

၄။ ဆောင်ရန်၊ ရှောင်ရန်တွေလိုမယ်။

စနစ်တစ်ခုမှာ Policies ၊ Process နဲ့ Procedure လိုမယ်။

ဥပမာ-

Policies စည်းကမ်းမှာဆိုရင်

၁။ ဘေးကင်းရေး ပထမ။

၂။ အလေအလွင့်နည်းနည်းနဲ့ မုန့်ဖုတ်ပါ။

၃။ သင် ဖုတ်တဲ့အခါတိုင်း ချက်ပြုတ်နည်းတွေနဲ့ အရသာအသစ် တွေကို စမ်းကြည့်ပါ။

Process လို့ခေါ်တဲ့ လုပ်ဆောင်တာကျတော့

အဆင့် (၁) ပါဝင်ပစ္စည်းတွေအားလုံးကို စုပါ။

အဆင့် (၂) ယင်းတို့ကို ဇလုံတစ်ခုထဲမှာ ရောမွှေပါ။

အဆင့် (၃) အရောအနှောကို မုန့်ဖုတ်ဒယ်အိုးထဲ လောင်းထည့်ပါ။

အဆင့် (၄) မီးဖိုပေါ် ဖုတ်။

အဆင့် (၅) အအေးခံပြီး အလှဆင်ပါ။ ဒါမျိုးဖြစ်မယ်။

Procedure ကျတော့

၁။ ဂျုံမှုန့်နှစ်ခွက်ကို တိုင်းတာပြီး ရောစပ်ထားတဲ့ ဇလုံတစ်ခုထဲလောင်းထည့်ပါ။

၂။ ပန်းကန်လုံးထဲ သကြား တစ်ခွက်ထည့်ပါ။

၃။ ကြက်ဥ ၃ လုံးကို ခေါက်ပြီး ရောမွှေလိုက်ပါ။

၄။ ဆီ ၁/၂ ခွက်ထဲသို့ လောင်းထည့်ပါ။

၅။ Vanilla Extract လက်ဖက်ရည်ဇွန်း ၂ ဇွန်းထည့်ပါ။

၆။ ပါဝင်ပစ္စည်းတွေကို ချောမွေ့တဲ့အထိ ရောမွှေဖို့ မွှေစက်၊ ဒါမှမဟုတ် ဖျော်စက်ကို အသုံးပြုပါ။ ဒါမျိုးဖြစ်မယ်။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့ဖွဲ့စည်းပုံ (Structure) က ကိုယ်သွားမယ့် မဟာဗျူဟာ (Strategy) နဲ့ ကိုက်ဖို့လိုတယ်။ နောက် အရေးကြီးဆုံးက ဒီဖိုင်းချတဲ့နေရာမှာ Guiding Principles ပဲ။ ဘယ်လိုဥပဒေသတွေ နဲ့ သွားမလဲ။

YEC Guiding Principles ကတော့

၁။ နောက်ဆယ်နှစ်ကို အဓိကကြည့်။

၂။ ရေတိုမှာ လုပ်ငန်းကြီးထွားမှုထက် အမြတ်ငွေရပြီး လည်ပတ် နိုင်ဖို့ အရင်ကြည့်။

၃။ ဒီနေ့ဖန်တီးမှုက မနက်ဖြန်အတွက် အချိန်ချွေတာမှု ဖြစ်သွား ရမယ်။

၄။ လူဦးရေ သန်း ၅၀ အတွက် အရင်ကြည့်။ တစ်နေရာမှာ အခြေ မကျနိုင်သေးဘဲ အများကြီးမစဉ်းစားနဲ့ဦး။

၅။ အလုပ်ဖြစ်တာနဲ့ မဖြစ်တာကိုကြည့်။ မဖြစ်တာကိုဖယ်၊ ဖြစ်တာ ကိုလုပ်။

၆။ စနစ်က အဖြေပဲ။

၇။ စိတ်ရှည်ရှည်ထား။

၈။ ဖောက်သည်ကို နံပါတ် ၁ ထား။ အလုပ်ကို မြန်မြန်လုပ်။ ပိုးစိုးပက်စက်လုပ်။ နေ့စဉ် သင်ယူ။

၉။ ငါတို့က Tribe တစ်ခုပဲ။ စနစ်ဆိုတာ အချိန်နဲ့ အခြေအနေပေါ် မူတည်ပြီး အပြောင်းအလဲဖြစ်နေမယ်။

၁၀။ ကိုယ်ဂုဏ်ယူတဲ့ ကုန်ပစ္စည်းတွေကို အဓိကဖန်တီး။

၁၁။ ဒရမ်မာများရင် Trauma များတဲ့အတွက် အပိုတွေ တအား လုပ်ရင် လစ်။

၁၂။ ငါတို့က မိသားစုမဟုတ်ဘူး။ ငါတို့က ဘောလုံးအသင်းလိုပဲ။ ပါဖောင်းမန့်ကောင်းတဲ့သူ ကျန်မယ်။ မကောင်းတဲ့သူ လစ်မယ်။ ဒီ Principles ကတော့ တချို့သူတွေအတွက် တစ်မျိုး ဖြစ်ချင်ဖြစ်လိမ့်မယ်။ ကျွန်တော်တို့အတွက် ဒီအခြေအနေမှာ ဒီဥပဒေသတွေနဲ့ အဓိကသွားတယ်။

စီးပွားရေးမှာ Do or Die မဟုတ်ဘူး

စီးပွားရေးမှာ Do or Die မဟုတ်ဘူး။ Htoo or Die ပဲ။ ထူးရင် ထူး၊ မထူးရင် သေ။ ဒါကို Differentiate or Die လို့ခေါ်တယ်။ ဒီလို ထူးဖို့ အများစု မလုပ်နိုင်တာလုပ်၊ ဒါမှမဟုတ် အများမလုပ်ချင်တာ လုပ်။

အများမလုပ်နိုင်တာ ဖြစ်အောင်လုပ်တဲ့ သာဓကတွေ ကတော့ အများကြီးပဲ။

ကမ္ဘာ့ထိပ်တန်းကုမ္ပဏီအများစုကို တွေ့လိမ့် မယ်။ ဒုတိယကတစ်ခုကတော့ ဒါလေးနဲ့အနီးစပ်ဆုံးတူမယ်။ တရုတ်က စက္ကူအမှိုက်တွေကိုပြန်အသုံးပြုနိုင်တဲ့ Recycle လုပ်ရင်းဖြစ်လာတဲ့ ဘီလီယံဒေါ်လာကုမ္ပဏီကြီးဖြစ်တဲ့ Nine Dragons ရဲ့ပိုင်ရှင် Zhang Yin က ဥပမာပဲ။

Differentiate or Die ခေတ်မှာ သာမန်လူတွေကို ရောင်းဖို့ သာမန်ကုန်ပစ္စည်းတွေ မထုတ်ပါနဲ့။ ဒါ ဒီနေ့ခေတ်ရဲ့ မားကက်တင်းအတွေးအခေါ်ဖြစ်တယ်။

သာမန်လူတွေအတွက် သာမန်ကုန်ပစ္စည်းတွေ ထုတ်ခြင်းဟာ ရှုံးနိမ့်မှုရဲ့ရှေ့ပြေးပဲလို့ဆိုကြတယ်။ သာမန် ဖုန်းဆိုင်၊ သာမန် လက်ဖက်ရည်ဆိုင်၊ သာမန် စားသောက်ဆိုင်၊ သာမန် အထည်ဆိုင်၊ သာမန် လက်ဝတ်ရတနာ ဆိုင်၊ ဒီ သာမန်ကုန်ပစ္စည်းရောင်းတဲ့ သာမန်ဆိုင်တွေက ပုံစံတူတွေ ဖြစ်နေတယ်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှာ ထူးရင်ထူး၊ မထူးရင် အဆင်မပြေလို့ မျက်ဆန်ပြူးမယ်။ Differentiate or Die ပဲ။ ထူးဖို့ ကိုယ်လုပ်တဲ့ အလုပ်ကို ရှုးသွပ်ဖို့လိုတယ်။ ဆရာကျအောင် လေ့လာနေဖို့လိုတယ်။ တီထွင်ဆန်းသစ်ဖို့လိုတယ်။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းကBusiness Model နဲ့ ထူးအောင်လုပ်မှာလား

ကုန်ပစ္စည်းနဲ့လား

ဝန်ဆောင်မှုနဲ့လား

ဈေးနှုန်းနဲ့လား

Marketing လုပ်တဲ့ပုံစံနဲ့လား။

တိုးတက်နေတဲ့လုပ်ငန်းရဲ့ ဦးဆောင်သူ လုပ်ငန်းရှင်တစ်ယောက်မှာ STAR ရှိရမယ်

၁။ Strategic Thinking

ကိုယ်အကြံပေးမယ့်သူဖြစ်ချင်တဲ့ Strategic Goals ကို သိပြီး မဟာဗျူဟာကျကျ စဉ်းစားနိုင်စွမ်း။ လမ်းကြောင်းတွေ ချပြ နိုင်စွမ်း။

၂။ Tactics (ဗျူဟာ)

ကိုယ်ပေးတဲ့အကြံဉာဏ်ကို အသုံးချလို့ရတဲ့ အသေးစိတ် ဗျူဟာ ချပေးနိုင်စွမ်း။

၃။ Analytical Skills (သုံးသပ်ဆန်းစစ်မှုစွမ်းရည်)

အကောင်းချည်း မြင်လို့မရဘူး။ အရှိကို အရှိအတိုင်း အနီးစပ်ဆုံးမြင်ပြီး ဓမ္မဓိဋ္ဌာန်ကျကျ သုံးသပ်နိုင်စွမ်း။

၄။ Research (သုတေသန လုပ်နိုင်စွမ်း)

ဆုံးဖြတ်ချက်ချဖို့ သတင်းအချက်အလက် လိုတယ်။ ဆုံးဖြတ်ချက်ချဖို့လိုတဲ့ သတင်းအချက်အလက် စုဆောင်းရှာဖွေ နိုင်စွမ်း လိုတယ်။

ဘယ်လိုမန်နေဂျာမျိုးလဲ သိဖို့

ကွမ်ကျိုးမှာ သူဌေးက မန်နေဂျာအယောက်တစ်ရာကိုခေါ်ပြီး Meet- ing လုပ်တယ်။ "ငါတို့မှာ ပြဿနာ ဘာတွေရှိလဲဟော့ဆိုတော့ တစ်ယောက်ပြီးတစ်ယောက် လက်ထောင်ပြီး အလုအယက်ပြောဖို့ လုပ်ကြတယ်။ ဘယ်သူ့မှာ ပြဿနာတွေအတွက် စဥ်းစားပြီးသား အဖြေရှိလဲဆိုတော့ အယောက် ၂၀ လောက်ပဲ ကျန်တော့တယ်။ ဘယ်သူ တာဝန်ယူဖြေရှင်းနိုင်လဲဆိုတော့ ဆယ်ယောက်လောက်ပဲ ကျန်တယ်။

အရည်အချင်းရှိတဲ့မန်နေဂျာ ဟုတ်မဟုတ်

၁။ လိုချင်တာပဲ အဓိကစဥ်းစားလား၊ ဖြစ်အောင်လုပ်ဖို့ ကြံဆလား။ မလိုချင်တာပဲ ခဏခဏစဥ်းစား စိတ်တိုင်းမကျဖြစ်နေလားနဲ့ သိနိုင်တယ်။

၂။ ဆင်ခြေတွေပဲ ပေးနေတာလား။ ရလဒ်တွေယူလာလားနဲ့ ကြည့် တယ်။ Reason or Result တစ်ခုပဲရမယ်။

၃။ ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် တာဝန်ယူသလား။ အပြစ်တင်တတ်သလားနဲ့ ကြည့်လို့ရတယ်။

၄။ ပြဿနာဖြေရှင်းနည်း ဘယ်လောက်စွမ်းလဲနဲ့ သိနိုင်တယ်။

ဖောက်သည်မရှိရင် မရှင်သန်ဘူး

လုပ်ငန်းတစ်ခုက ဖောက်သည်မရှိရင် မရှင်သန်ဘူး။

ဖောက်သည် ရဖို့ အရင်က ထုတ်တာနဲ့ ရောင်းရပြီ။

နောက်ပိုင်း ထုတ်ပြီး အရည်အသွေးကောင်းမှ ရောင်းရတော့တယ်။

နောက်ပိုင်း ထုတ်ပြီး အရည်အသွေးကောင်းတာအပြင် သေချာရှင်းပြမှ ရောင်းရတော့တယ်။

နောက်ပိုင်း ထုတ်ပြီး အရည်အသွေးကောင်းတာအပြင် ရှင်းပြစရာ မလိုလောက်အောင် ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုအကြောင်းကို ရင်းနှီးနေအောင်လုပ်ထားမှ ရောင်းရတဲ့ ခေတ် ဖြစ်လာတယ်။

ဒါကို ဒီနေ့ခေတ်မှာ မားကက်တင်းလို့ ခေါ်တယ်။ မားကက်တင်းက အလယ်တန်းကစားသမားနဲ့တူတယ်။ သူအားကောင်း လွှန်းတဲ့အခါ အရောင်းက ဂိုးသွင်းတာလွယ်သွားတယ်။ ဖောက်သည် ဝန်ဆောင်မှုပေးတယ်ဆိုတာ ဂိုးပြန်မပေးရဖို့ နောက်တန်းနဲ့တူတယ်။

လုပ်ငန်းလွှဲတဲ့အဆင့်

၁။ ပါလေရာ ငါးပိအဆင့်

၂။ တစ်ခုသင်လို့ တစ်ခုလွှဲလိုက်တဲ့အဆင့်

၃။ တချို့တစ်ဝက် လွှဲပြီးအဆင့်

၃။ လည်ပတ်မှုပိုင်း ကိုယ်မပါဘဲ လည်ပတ်တဲ့အဆင့်

၄။ ဦးဆောင်နေတဲ့သူရှာဖွေနိုင်ပြီး အကြံပေးလုပ်ငန်းရှင်အဆင့်

၅။ လုပ်ငန်းကို ရှယ်ယာရောင်း Exit လုပ်တဲ့အဆင့်၊ ဒါမှမဟုတ် နောက်မျိုးဆက်ကို လက်လွှဲတဲ့အဆင့်။

နိုင်ငံခြားမှာဆိုရင် စတော့ဈေးကွက်မှာ Initial Public Offering (IPO) လုပ်တဲ့အဆင့်။

သင်တန်းဆရာလိုပဲ

၁။လုပ်ငန်းစတင်တဲ့အခါ သင်တန်းဆရာနဲ့ တူတယ် - ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့လုပ်ပုံကိုင်ပုံသိအောင် မားကက်တင်း၊ အရောင်း၊ ဝန်ဆောင် မှုပေးပုံ၊ စာရင်းဇယားမှတ်ပုံ၊ လည်ပတ်ပုံ ဝန်ထမ်းတွေကို သင်ပေး ရတယ်။ ကိုယ်က စာရင်းဇယားတွေအကုန် ဘွဲ့ရမထားရင်တောင် ကိုယ့်လုပ်ငန်းလည်ပတ်တဲ့ စာရင်းဇယားပုံစံကို ထဲထဲဝင်ဝင်သေချာ သိမှရမယ်။

လုပ်ငန်းတစ်ခုဟာ လုပ်ငန်းရှင် ကြီးသလောက်ပဲကြီးတယ်။ သူ့ဉာဏ်ရှိသလောက်ပဲ ကြီးတယ်။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းအကြောင်းကို ထဲထဲ ဝင်ဝင် ကိုယ်တိုင်သိရမယ်။

၂။တစ်ခုချင်းလွှဲ သင်ကြားပေးပြီးရင် လက်လွှဲတဲ့အဆင့် - စိတ် - လောလို့မရဘူး။ တစ်ခုချင်းစီကို လူမှန်၊ နေရာမှန် တဖြည်းဖြည်းချင်း လွှဲရမယ်။ လုပ်ငန်းစီးဆင်းပုံတွေ သေချာချရေးထားဖို့လိုတယ်။ ဘယ်သူက ဘယ်အလုပ်ကို ဘယ်အချိန်အတွင်း ဘယ်လို ဘာအတွက်ပြီးအောင်လုပ်ရမယ် သေချာတိတိကျကျ သတ်မှတ်ရေးချထားဖို့ လိုတယ်။ တစ်ခုချင်းကို တစ်ယောက်ချင်း လွှဲပြောင်းပေးသွားဖို့ လိုတယ်။ လူမမှန်၊ နေရာမမှန်ရင် ဒီအဆင့်မှာ တိုင်ပတ်နေမယ်။

၃။ခေါင်းဆောင်မွေး - လုပ်ငန်းဆောင်တာတစ်ခုချင်းစီဖြစ်တဲ့ မားကက်တင်း၊ အရောင်း၊ စာရင်းဇယား အစရှိတဲ့အပိုင်းတွေလွှဲပြီးရင် ကိုယ့်ကိုယ်စား စီမံခန့်ခွဲပေးမယ့်ခေါင်းဆောင်ကို ရွေးပြီး လက်ဆင့်ကမ်းတဲ့အဆင့်။ ဒီအတွက် အချိန်ပေးရတယ်။

ကိုယ်နေ့စဉ်လုပ်နေတဲ့အလုပ်တွေကို မှတ်ထားတဲ့ မှတ်စု ရှိရတယ်။ ဆုံးဖြတ်ချက် ဘယ်လိုချလဲ ဥပဒေသတွေသင်ပေးရတယ်။ ဘယ်လိုပုံစံဦးဆောင်ရတယ်၊ အချိန်တစ်ခုပေးပြီး ကိုယ့်လုပ်ငန်း တန်ဖိုးထားမှုတွေ၊ သွားမယ့်လမ်းကြောင်းတွေ သင်ပေးရတယ်။

၄။အကြံပေး - ခေါင်းဆောင်ကိုလွှဲလို့ရရင် ကိုယ်က အကြံပေး နေရာကနေပြီး ခေါင်းဆောင်တိုးတက်ရေးကို ဖန်တီးပေးရတယ်။ ကမ္ဘာပေါ်မှာ လီကွမ်ယူကိုကြည့်ရင် သူ့ PAP ပါတီကိုတည်ဆောက် ပြီး Minister Mentor အနေနဲ့ နှစ်ပေါင်းများစွာ အကြံပေးနည်းပြ ပေးသွားတယ်။

မိုက်ခရိုဆော့ဖ်ကိုကြည့်ရင်လည်း ဘီလ်ဂိတ်စ်အနေ နဲ့ နှစ်ပေါင်းများစွာ အကြံပေး Advisory Role ကနေသွားတယ်။ နောက်မှ အကုန်လွှဲသွားတာ။ ဂျက်မားကိုကြည့်ရင်လည်း ဒီပုံစံပဲ။

SME အသေးလေးတွေမှာလည်း ဒီပုံစံပဲ။ အများစု ကိုယ့် လုပ်ငန်းကို ကိုယ်မပါဘဲ မလည်ပတ်နိုင်တာ ကိုယ့်လုပ်ငန်းလည်ပတ်ပုံကို ဝန်ထမ်းတွေကို သေချာမသင်ပေးနိုင်လို့လို့ ပြောရင် မှားမယ်မထင်ဘူး။

စီးပွားရေးက စီးပွားရေးထက်ပိုပါတယ်

"Business is a spiritual pursuit." ပဲ။ အရှုံးအမြတ် ဝင်ငွေ တွေကို တခြားသူတွေနဲ့ နှိုင်းယှဉ်တဲ့အခါ သာနေရင် ပျော်မယ်။ နောက်ကျနေရင် စိတ်ညစ်မယ်။ စီးပွားရေးရဲ့ ရည်ရွယ်ချက်က ကိုယ့်ရဲ့စားဝတ်နေရေး၊ လွတ်လပ်မှု၊ တိုးတက်ရေးနဲ့ စိတ်ပျော်ရွှင် မှုကို ယူဆောင်ပေးတဲ့ Activities ဖြစ်တဲ့အတွက် တခြားသူနဲ့ နှိုင်းယှဉ်ပြီး စိတ်ညစ်နေစရာမလိုဘူး။ လူတိုင်း လုပ်ငန်းလုပ်တဲ့အခါ တိုးတက်ဖို့ ကြိုးစားအားထုတ်ရတာပါပဲ။

ဒီ Struggle က ကိုယ့်ကိုပျော်ရွှင်မှုတွေယူပေးတဲ့ Struggle လေးဖြစ်ဖို့လိုတယ်။

ကိုယ်ချစ်တဲ့လုပ်ငန်းကိုလုပ်ရင်း စားဝတ်နေရေး၊ လွတ်လပ်မှု၊ တိုးတက်ရေးနဲ့ စိတ်ပျော်ရွှင်မှုတွေကို ယူဆောင်နိုင်ရင် ဘဝရဲ့ Blessings ပဲ။

ဘယ်လုပ်ငန်းက ဝင်ငွေဘယ်လောက်ဝင်တဲ့ အတွက် အဲဒီလုပ်ငန်းကိုလုပ်ဆိုတာထက် ကိုယ်ချစ်တဲ့ Industry ရဲ့ ပြဿနာတွေကိုဖြေရှင်းပြီး တိုးတက်သွားဖို့ ပိုအရေးကြီးတယ်။ ဘယ် Industry မှာမဆို အမြဲတမ်း မုန့်ဝေနေမှာမဟုတ်ဘူး။ တုတ်ဝေတဲ့ကာလလည်း ရှိမယ်။ ခံယူချက်အရေးကြီးတယ်။

လုပ်ငန်းတစ်ခုထက်ပိုလုပ်တာ ပြဿနာမဟုတ်ဘူး။

ကိုယ် မချစ်တဲ့လုပ်ငန်းတွေကို ငွေတစ်ခုအတွက်ပဲလုပ်တဲ့အခါ ရေရှည်မှာ ကိုယ့်ရဲ့တီထွင်ဆန်းသစ်မှု၊ အာရုံစိုက်မှုတွေကို ထိခိုက်စေနိုင်တယ်။ ကိုယ့်ရဲ့စူပါပါဝါတွေကို ထုတ်ပေးဖို့ အတားအဆီးဖြစ်စေနိုင်တယ်။

ကိုယ်ချစ်တဲ့လုပ်ငန်း၊ Industry လုပ်နေရင် လုပ်ငန်း အကြောင်း မစဉ်းစားနဲ့ဆိုရင်တောင် မရဘူး။

ကိုယ့်လုပ်ငန်းအကြောင်း မစဉ်းစားဘဲမနေနိုင်တာဟာ လုပ်ငန်းအောင်မြင်မှုအတွက် အရေးကြီး ပါတယ်။ ကိုယ်ချစ်တဲ့လုပ်ငန်းတွေကို လုပ်ပါ။ အစမှာ အခက်အခဲ ရှိနိုင်ပေမဲ့ ရေရှည်မှာ "စီးပွားရေးလုပ်နည်း" သိရင် စိတ်ချမ်းသာမှု၊ ကျေနပ်မှုကို ယူဆောင်လာမှာဖြစ်ပါတယ်။

ဒီ "S" လေးလုံးကို အသုံးချဖို့လိုတယ်

ဒီနေ့ခေတ် လုပ်ငန်းတွေက ဒီ 'S' လေးလုံးကို အသုံးချဖို့လိုတယ်။

၁။ Social Media (လူမှုကွန်ရက်)

၂။ Sales Offer (ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှု)

၃။ Sales Sequences (မေးမြန်းမှုကို အရောင်းပြောင်းခြင်း)

၄။ Sales Specialist (ကျွမ်းကျင်အရောင်းသမား)

သာမန်ဆိုတာ ကျဆုံးရေးဖော်မြူလာပဲ

ကိုယ်လုပ်တဲ့အလုပ်ကို ဆရာကျအောင် လေ့လာ။ ဆရာကျအောင် လုပ်။ ဆရာကျကျ ပြန်ဝေမျှပေး။ သာမန်ဆိုတာ ဒီနေ့ခေတ်ရဲ့ ကျဆုံးရေးဖော်မြူလာပဲ။

ဒီနေ့ခေတ်မှာ လူတွေက သာမန်တွေကို သိပ်ဂရုမစိုက်မိ တော့ဘူး။ သာမန် ရေခဲမုန့်ဆိုင်၊ သာမန် ထမင်းဆိုင်၊ သာမန် လက်ဖက်ရည်ဆိုင်၊ သာမန် ဆံသဆိုင်။

စီးပွားရေးမှာ သာမန်ဆိုတာ ကျဆုံးရေးဖော်မြူလာပဲ။

ထူးချွန်တဲ့လုပ်ငန်းတွေ ကိုယ့်ရပ်ကွက်ထဲရောက်လာရင် သာမန်တွေ လမ်းပျောက်မယ်။

လုပ်ငန်းနဲ့ ဘီး လေးဘီး

လုပ်ငန်းဆိုတာ ကားတစ်စီးဆိုရင် ဘီး လေးဘီးရှိတယ်။ ရှေ့ဘီး နှစ်ဘီးနဲ့ နောက်ဘီး နှစ်ဘီး။

ရှေ့ဘီး နှစ်ဘီး

၁။ ငွေကြေးဆိုင်ရာ

၂။ ဖောက်သည်ရေးဆိုင်ရာ

နောက်ဘီး နှစ်ဘီး

၃။ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုဆိုင်ရာ

၄။ လုပ်ငန်းစနစ်နဲ့ ဝန်ထမ်းဆိုင်ရာ ဖြစ်ပါတယ်။

ပထမဘီးဖြစ်တဲ့ငွေကြေးဆိုင်ရာရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင်တွေပြည့်ဖို့ဒုတိယဘီးဖော ဖြည့်ဆည်းပေးမှရတယ်။

ဒုတိယ ဘီးကို အထောက်အပံ့ပြုဖို့ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုတီထွင်ဆန်းသစ် ကောင်းမွန်ဖို့လိုတယ်။ ဒီလိုကောင်းမွန်ဆန်းသစ်ဖို့ စတုတ္ထဘီးဖြစ်တဲ့လုပ်ငန်းစနစ်နဲ့ ဝန်ထမ်းရေးရာ အရေးကြီးလာတယ်။

ဒါကို Harvard Business Review မှာ Harvard Professor တွေဖြစ်တဲ့ Kaplan နဲ့ Norton Balanced Scorecard fessor (BSC) ဆိုပြီး တီထွင်ဆန်းသစ်ခဲ့တယ်။

ကိုယ့်လုပ်ငန်းမှာ ဘီးလေးဘီး လုံး အဆင်ပြေပြီလား။ ကားမောင်းရင်တော့ ကားအကြောင်း အနည်း နဲ့အများ တီးမိခေါက်မိရှိရတယ်။

စီးပွားရေးကားမောင်းပြီး လမ်းတစ်ဝက်မှာ ဘီးပေါက် အကူ ရှာမရ မဖြစ်အောင် စီးပွားရေးကားအကြောင်း သိထားဖို့လိုသလို ပျက်ရင်လည်း အဖြေရှာတတ်တဲ့ပညာလေးတော့ သင်ထားဖို့လို တယ်လို့ ထင်တယ်။

ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် အမှတ်တွေ ပြန်ပေးကြည့်

ကိုယ်တိုင်စီးပွားရေးလုပ်တဲ့အခါ ဒီမေးခွန်းတွေနဲ့ အမှတ်ပြန်ပေး ကြည့်။

၁။စီးပွားရေးလည်ပတ်မှုပုံစံ သေချာသိပြီလား။ ဒါကို စာရွက်ပေါ်မှာချရေးတာကို Business Model Generation လို့ခေါ် တယ်။

၂။ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့အမှတ်တံဆိပ်အတွက် စီမံကိန်းရေးဆွဲပြီး ပြီလား။ ဒါကို Brand Plan လို့ခေါ် တယ်။

၃။ကိုယ့်လုပ်ငန်းဖောက်သည်အသစ်တွေ ဘယ်လိုရှာမလဲ မားကက်တင်းပလန် ဖန်တီးတတ်ပြီလား။ ဒါကို Marketing Plan လို့ခေါ်တယ်။

၄။ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့ စုံစမ်းမေးမြန်းမှုတွေကို ဖြေဆိုပြီးရောင်းဝယ်တတ်ပြီလား။ ဒါကို Sales Plan လို့ခေါ်တယ်။ ဒီလိုလုပ် ဖို့ လုပ်ဆောင်ရမယ့်အရာတွေ အများကြီးရှိတယ်။ FAQ လုပ်ပြီး ပြီလား။ Sales Script တွေရေးပြီးပြီလား။ Sales Sequence တွေ ဖန်တီးပြီးပြီလား။

၅။ကိုယ့်လုပ်ငန်း လည်ပတ်မှုအတွက် လုပ်ငန်းစီးဆင်းမှု Workflow တွေလိုတယ်။ ဒါတွေ စနစ်တကျသတ်မှတ် ရေးချပြီး ပြီလား။

၆။ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့ ဝန်ထမ်းရေးရာအတွက် လူတော်တွေ၊ လူကောင်းတွေ ကိုယ့်ဆီ အလုပ်လာလုပ်ချင်အောင် စီမံထားတဲ့ HR Planning Recruitment Strategy သေချာရှိပြီလား။

နောက်ရောက်လာရင် သင်ပေး၊ မိတ်ဆက်ပေးဖို့ Orientation and Train- ing လုပ်ပြီးပြီလား။ စွမ်းဆောင်ရည်ကို တိုင်းတာဖို့ Performance Appraisal လုပ်ဖို့ သေချာရှိပြီလား။

၇။ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့ အရှုံးအမြတ်၊ ဝင်ငွေထွက်ငွေ၊ လက်ကျန် စာရင်းရှင်းတမ်းအတွက် အတိတ်နဲ့ အနာဂတ်အတွက် Plan တွေ လုပ်ပြီးပြီလား။ လုပ်တတ်သလား။ လုပ်ငန်းရှင်တစ်ယောက်က အိမ်စာလုပ်ဖို့လိုတယ်။ မဟုတ်ရင် ဉစ္စာစောင့်ပဲဖြစ်နေမှာ။

“မ” ခြောက်လုံး

ကိုယ့်လုပ်ငန်းမှာ ဘာလို့ မတိုးတက်သလဲ။ “မ” ခြောက်လုံးနဲ့ အစိုကဆိုင်တယ်။

၁။ မသိ

၂။ မလေ့လာ

၃။ မာန်မာနခံ

၄။ မကျင့်သုံး

၅။ မသုံးသပ်

၆။ မပြင်

၁။မသိ

ကိုယ့်လုပ်ငန်းကို တိုးတက်အောင်လုပ်ဖို့ နည်းလမ်းတွေ မသိဘူး။

၂။မလေ့လာ

သိဖို့အတွက်လည်း သေချာလေ့လာမှုမပြုဘူး။

၃။မာန်မာနခံ

ဒါက ငါတို့လုပ်နေကျပဲ။ အာပလာတွေပါ။ ငါ့လုပ်ငန်း ငါအသိဆုံးပဲ။

၄။မကျင့်သုံး

ဒီကိစ္စ ဒီလောက်လွယ်တာ လူတိုင်းသိတယ်။ လူတိုင်း လုပ် နေတဲ့အလုပ်ကြီး မလုပ်ချင်ပါဘူးလေ။ လုပ်ရမလား၊ မလုပ်ရဘူးလား စဉ်းစားလိုက်ဦးမယ်။

၅။မသုံးသပ်

လုပ်တာပဲ အဆင်မှမပြေတာ။ တစ်ခါ လုပ်ကြည့်တယ်။ အဆင်မပြေဘူး။ ဒါကြောင့် အလုပ်ဖြစ်မှာ မဟုတ်ပါဘူး။

၆။မပြင်

လုပ်နေကျအတိုင်းပဲ ပိုကောင်းပါတယ်လေ။

ကလေးတစ်ယောက်လို ပြုစုပျိုးထောင်ပါ

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းစတာနဲ့ ကလေးတစ်ယောက်မွေးတာ တူတဲ့ အချက်က ကလေးငယ်တစ်ယောက်က ငယ်စဉ်မှာ ကြီးထွားတာမြန် တယ်။ လုပ်ငန်းတစ်ခုကလည်း စတင်ချိန်မှာ ကြီးထွားတာ သိပ်မြန် တတ်တယ်။ တချို့လုပ်ငန်းတွေက ကြိုတင်စီမံပြီးမှ စသလို တချို့က အခြေအနေအရ စလိုက်တာရှိတယ်။ ကလေးမွေးကင်းစမှာ အိပ်ရေး ပျက်ရသလို လုပ်ငန်းစတင်ချိန်မှာလည်း အင်မတန်ကြိုးစား အားထုတ်ရတယ်။

ကလေးတစ်ယောက် တီတီတာတာ စကားပြောတတ်ချိန် ကြည်နူးရသလို လုပ်ငန်းတစ်ခု ရုပ်လုံးနည်းနည်းပေါ်လာတဲ့အချိန် ကြည်နူးရတယ်။

ကလေးတစ်ယောက်ရဲ့အပြုအမူတွေကောင်းအောင်ပြုစုပျိုးထောင်ပေးရသလိုလု
တူအောင်၊ CoreValueတွေသတ်မှတ်လိုက်နာဖို့လိုပြီးCultureကိုစနစ်တကျ ပြုစုပျိုးထောင်ဖို့လိုတယ်။

ကလေးကနေ အသက်အရွယ်တစ်ခုရောက်ရင် သူ့အလိုလိုရပ်တည်နိုင်ဖို့ ကြိုတင်လုပ်ဆောင်ပေးရသလို လုပ်ငန်းတစ်ခု အခြေအနေတစ်ခုရောက်ရင် သူ့အလိုလို လည်ကတ်နိုင်ဖို့ Exit Strategy & Succession Plan- ning လိုတယ်။ ကလေးတစ်ယောက် တစ်ချိန်မှာ အောင်မြင်ဖို့ ကြိုတင်စဉ်းစားပြီး ပုံဖော်ပြင်ဆင်ပေးရသလိုပဲ။

လူတိုင်း သဘောကျစေချင်ရင် ရေခဲမုန့်ရောင်း

လူတိုင်း သင့်ကို သဘောကျမှာမဟုတ်ဘူး။ Apple ရဲ့ CEO ဖြစ်တဲ့ Steve Jobs ကို Engineer တစ်ယောက်က "ခင်ဗျားက ကုန်ပစ္စည်းတည်ဆောက်မှု Engineering အပိုင်းမပါဘဲ အလကား နာမည်ကြီးနေတယ်" ဆိုတဲ့သဘောနဲ့ ပွဲတစ်ခုမှာ ဝေဖန်ဖူးတယ်။

Steve Jobs ကလည်း ကုန်ပစ္စည်းထုတ်တယ်ဆိုတာထက် လူတွေ သန်းပေါင်းများစွာရဲ့ပြဿနာကို ဖြေရှင်းပြီး လူဘီလီယံ ပေါင်းများစွာကို အလုပ်ပေးနိုင်အောင် လုပ်ရတာ၊ ဖောက်သည် တွေရဲ့ပြဿနာကို ဖြေရှင်းရတာတွေက မလွယ်တဲ့အကြောင်း၊ ဒါက Engineering တစ်ခုထက် ပိုအရေးကြီးကြောင်း ပြန်ဖြေသွားတယ်။

ဒါကို မေးတဲ့ လူကြီးမင်းကတော့ သိပ်သဘောတွေ့ပုံ မရဘူး။ ဆိုလိုတာက ကဗျာဆရာတွေက စီးပွားရေးသမားကို အားကျမှာမဟုတ်ဘူး။ စီးပွားရေးသမားတွေကလည်း အနုပညာရှင် တွေကို အားကျချင်မှ အားကျလိမ့်မယ်။ လူတိုင်းက သူ့အတွေးနယ်ပယ်ထဲမှာ ကန့်သတ်ထားတဲ့နယ်မြေလေးတွေ ရှိကြတယ်။ လူတိုင်း ကိုယ့်ကို သဘောကျမှာမဟုတ်ဘူး။ ဒါကြောင့် လုပ်ငန်း အတွက် Core Audience ရွေးတဲ့အခါ ပထမဆုံး ၁,၀၀၀ True Fans ကို အရင်ရွေးရတယ်။

စီးပွားရေးတစ်ခုမှာ အရေးကြီးတဲ့ ခံယူချက်

စီးပွားရေးတစ်ခုမှာ အရေးကြီးတဲ့ 'ခံယူချက်" စီးပွားရေးဆိုတာ ငွေတစ်ခုတည်းအတွက် ဖြစ်တည်လာတာမဟုတ်ဘူး။ ဒီတစ်ခုတည်း အတွက်ကြည့်ရင် DNA (အနှစ်သာရ) ပျောက်နေတဲ့ စီးပွားရေးပဲ ဖြစ်မယ်။

တရုတ်ပြည်မကြီးကို ကြည့်ကြည့်။ ငွေရှိတယ်။ အလုပ် တွင်တယ်။ အနှစ်သာရ မဲ့နေတယ်။ သူ့မှာ Soul ပျောက်နေတယ်။ ဘာကြောင့်လဲ၊ အကုန်လုံးဟာ ငွေနောက်ပဲလိုက်လို့။ ငွေရှိလာတယ်။

ဒီတော့ ငွေထက်အဆင့်မြင့်တဲ့ပျော်ရွှင်မှုတွေကို တောင့်တလာတယ်။

လုပ်ငန်းတစ်ခုမှာ ခံယူချက်လိုတယ်။ ဘယ်ခံယူချက်အတွက် ဒီအလုပ်လုပ်နေတာလဲ သိဖို့လိုတယ်။ ဒါမှ COVID-19 တို့လိုမျိုး အနာဂတ်မှာလာနိုင်တဲ့ဘေးဒုက္ခတွေကို ဣန္ဒြေရှိရှိကျော်လွှားနိုင်မှာ။ "More like a spiritual pursuit."လို့ ပြောရင်ပိုမှန်မယ်။

အနုပညာကိုပိုက်ဆံအတွက်လုပ်တာနဲ့ ခံယူချက်အတွက်လုပ်တာ ခံစားလို့ရတယ်။

ပိုက်ဆံအတွက်လုပ်တဲ့အခါ ပေါက်တဲ့အလုပ် အကုန် ထလုပ်ပြီး လိုင်းကြောင်သွားနိုင်တယ်။

ခံယူချက်အတွက် အလုပ် လုပ်တာက ရှုးသွပ်မှု၊ အနာဂတ်အတွက် ပြင်ဆင်မှုတွေနဲ့ အတွေး အခေါ်အပေါ် အခြေခံတယ်။

ယူဆချက်တွေကို မေးခွန်းထုတ်ပါ

ယူဆချက်အမှားတွေကို မေးခွန်းထုတ်ပါ။

ဝန်ထမ်း ဘယ်နှယောက် ရှိသလဲ။ ရုံးခန်း ဘယ်လောက်ကျယ်သလဲ။

လူတွေအထင်ကြီးအောင် ဘယ်လောက်လုပ်နိုင်သလဲ။

တစ်ခါတလေကျရင် လူအများစုယုံကြည်ထားတဲ့ ယူဆချက်အမှားတွေကြောင့် တချို့လူတွေ လမ်းလွဲသွားတတ်ကြတယ်။ အောင်မြင်မှုတစ်ခုကို တိုင်းတာတဲ့အခါ ဝန်ထမ်းများမှ၊ ရုံးခန်းကြီးမှ၊ ဆိုင်ခွဲတွေအများကြီးရှိမှ၊ လူရှိန်အောင် Billboard တွေ ထောင်မှ၊ Necktie တွေ၊ Suit တွေနဲ့မှ အောင်မြင်မှုလို့ သတ်မှတ်တတ်ကြ တယ်။ ဒီ Society က သတ်မှတ်ထားတဲ့ အယူအဆမှားတွေနဲ့ အထင်မြင်မှားတွေကို မေးခွန်းထုတ်ဖို့လိုတယ်။

ပတ်ဝန်းကျင်က သတ်မှတ်ချက်အမှားတွေက ကျွန်တော် တို့ နှလုံးသားထဲက သွားချင်တဲ့လမ်းကြောင်းတွေကို လမ်းလွဲစေနိုင် တယ်။ ကောင်းမွန်တဲ့ဘဝတစ်ခုအတွက် မေးခွန်းကောင်းတွေလိုတယ်။ ကိုယ့်အလုပ်က လူတွေရဲ့ဘဝကို ဘယ်လောက် ကောင်းမွန်တဲ့သက်ရောက်မှုရှိစေမလဲ၊ လူတွေရဲ့ဘဝ ပိုကောင်း၊ ပိုလွယ်၊ ပိုပျော်အောင် ဘာတွေလုပ်ပေးရမလဲ၊ လူတွေလုပ်နေကျ ဘယ်အမှားတွေကို မှန်အောင် လုပ်ပေးမလဲ။

ပုံမှန်လေ့လာဖို့ အချိန်ပေးပါ

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုကို ဦးဆောင်တဲ့သူတစ်ယောက်ရဲ့ တစ်ရက်တာက ဝန်ထမ်းတစ်ယောက်နဲ့ လုံးဝမတူနိုင်ဘူး။ ဝန်ထမ်းအနေနဲ့ ပေးထားတဲ့ အလုပ်ကို ပေးထားတဲ့အချိန်မှာ ပြီးအောင်လုပ်လို့ ရတယ်။ တိုးတက်ရေးအတွက် လုပ်လို့ရတယ်။ တခြားအချိန်တွေ ရှိတယ်။

လုပ်ငန်းရှင်တစ်ယောက်အနေနဲ့ကျတော့ သူ့လုပ်ငန်း သွားရမယ့်လမ်းကြောင်းကို တွေးရသလို ပြိုင်ဘက်တွေ၊ ဝန်ထမ်း တွေ၊ နိုင်ငံရေး၊ စီးပွားရေး၊ လူမှုရေးအပြောင်းအလဲ အခြေအနေ တော်တော်များများကို စဉ်းစားနေရတဲ့အတွက် သူ့ရဲ့ Internal Attention တွေ များနေတတ်တယ်။

ဒါကြောင့် တိုးတက်ရေးအတွက်အချိန်ပေးဖို့ လုပ်ငန်းသွားတဲ့လမ်းကြောင်းနဲ့ကိုက်ညီနေတဲ့ Alignment မတွေ့တဲ့အချိန်တွေ ကြုံရတတ်တယ်။ အဲဒီလို Alignment မမိလို့ လေ့လာမှုရပ်တန့် သွားတဲ့အချိန်က ကိုယ့်လုပ်ငန်းကြီးထွားမှု ရပ်တန့်မယ့်အချိန်ပဲ။

ဘာကြောင့်လဲဆိုတော့ ဈေးကွက်ထဲမှာ ပြိုင်ဘက်တွေကို အဝေးကြီး မှာ အပြတ်ချန်ခဲ့ဖို့ အတွေးအခေါ်တွေလိုတယ်။ ဒီလိုအတွေးအခေါ် တွေမှန်ဖို့၊ တိုးတက်နေဖို့၊ သင်ယူလေ့လာနေဖို့ လိုတယ်။

ဒါကြောင့် တစ်ရက်ကို နာရီဝက်ဖြစ်ဖြစ်အချိန်ပေးပြီး ပုံမှန် မဖြစ်မနေလေ့လာဖို့လိုတယ်။ မလေ့လာခင် သုံးမိနစ်လောက် စိတ် ရှင်းလင်းရေး လုပ်ပေးဖို့လည်းလိုတယ်။ ကိုယ်က ကိုယ့်လုပ်ငန်း ထက် ပိုကြီးနေဖို့လိုတယ်။

စိတ်ရှည်ရှည်ထားဖို့တော့ လိုတယ်

ကိုယ်တိုင်လုပ်ရင် ၁၅ မိနစ်လောက်နဲ့ပြီးနိုင်တာ သိတယ်။

ဒါပေမဲ့ တခြားသူတွေလုပ်တတ်အောင် နှစ်ရက်သုံးရက်လောက် အချိန်ပေး ရတယ်ဆိုတာ တစ်ချိန် သူတို့ကို Delegation တာဝန်လွှဲလို့ရအောင်ပါ။ ဘယ်အလုပ်မဆို Learning Curve ဆိုတာရှိတယ်။

လုပ်ငန်းရှင်တွေအနေနဲ့ အရာရာကို ကိုယ်တိုင်လုပ်မှ စိတ်ကျေနပ်တဲ့အကျင့် ဖယ်ဖို့လိုတယ်။ မှားပါစေ။ မဆဲနဲ့။ သူတို့ လေ့လာသင်ယူနေတာကို စိတ်ရှည်ရှည်ထားဖို့တော့ လိုတယ်။

ကိုယ့်ကိုယ်ကိုယ် အမှတ်ပြန်ပေးကြည့်ပါ

ကိုယ်မပါဘဲ လည်ပတ်တဲ့လုပ်ငန်းတွေ တည်ဆောက်ဖို့-

၁။စီမံကိန်း Plan ရှိပြီလား။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းအတွက် ချရေးထားတဲ့ Vision Mission၊ Core Values & Strategy၊

၂။ကိုယ့်ရည်မှန်းချက်ပန်းတိုင် ရောက်ဖို့အတွက် စနစ်တကျ ချရေးထားတဲ့ လုပ်ငန်းဆောင်တာ (Job Functions) နဲ့ လုပ်ငန်း ဖွဲ့စည်းပုံ (Organizational Structure) ချရေးထားပြီလား။ ဝန်ထမ်းတစ်ယောက်ပဲရှိရှိ၊ နှစ်ယောက်ပဲရှိရှိ၊ အယောက်တစ်ထောင် ပဲရှိရှိ ဒီအချက်လိုအပ်ပါတယ်။

၃။ကိုယ့်လုပ်ငန်းအတွက် စနစ်ရှိပြီလား။ Marketing System HR System Sales System Customer Service System Finance & Accounting System Management System တွေရှိထားပြီလား။

ကိုယ့်ဝန်ထမ်းတွေကို ပြောပြဖြစ်လား

မရှိရှိတာနဲ့ မဖြစ်ဖြစ်အောင်လုပ်တာကို စွန့်ဦးတီထွင်လို့ခေါ်တယ်။

အိမ်တစ်အိမ်လုံးမဆောက်ပြီးသေးခင်ဘေးလူအမြင်ကဘာတွေလျှောက်လုပ်နေ

အရေးကြီးတာ ကိုယ်ဆောက်နေတဲ့အိမ်ပုံစံကို ကိုယ်နဲ့ တစ်လှေတည်းစီးနေတဲ့ ကိုယ့် ဝန်ထမ်းတွေ နားလည်ဖို့လိုတယ်။

ကိုယ်ဆောက်နေတဲ့ အိမ်ပုံစံကို ကိုယ့်ဝန်ထမ်းတွေကို ပြောပြဖြစ်လား၊ ကိုယ်မပါဘဲ လည်ပတ်တဲ့လုပ်ငန်းတွေ တည်ဆောက် ဖို့ ကိုယ့် Vision ကို ဝန်ထမ်းတွေကို အမြဲပြောပြပါ။

PDCA

အောင်မြင်တဲ့လုပ်ငန်းတိုင်း ကျင့်သုံးတဲ့ PDCA ။ PDCA ဆိုတာ Plan ၊ Do ၊ Check ၊ Act လို့ခေါ်ပြီး အောင်မြင်တဲ့လုပ်ငန်းတိုင်း ကျင့်သုံးကြတဲ့ စီမံခန့်ခွဲမှုနည်းစနစ်ဖြစ်ပါတယ်။ ဒါကို W.Edwards Deming တီထွင်ခဲ့ပြီး Toyota တို့လိုလုပ်ငန်းတွေမှာ အထူးကျင့်သုံး တဲ့နည်းစနစ်ဖြစ်ပါတယ်။

PDCA ဆိုတာကတော့ Plan (စီမံကိန်းရေးဆွဲခြင်း) ၊ Do (လုပ်ဆောင်ခြင်း) ၊ Check (ပြန်လည်စစ်ဆေးသုံးသပ်ခြင်း) နဲ့ Act (ပြုပြင်စရာရှိသည်များကို ပြုပြင်ပြောင်းလဲလုပ်ဆောင်ခြင်း) တို့ဖြစ် ပါတယ်။ လုပ်ငန်းတစ်ခုအောင်မြင်ဖို့ ပထမဆုံး Plan ချမှတ်ရပါတယ်။

လုပ်ငန်းတစ်ခုအတွက် Strategic Plan - Functional Plan (Marketing, HR, Production, etc) နဲ့ Operational Plan ဆိုပြီး အကြမ်းဖျင်း Plan သုံးမျိုး ချမှတ်ရပါတယ်။

စီးပွားရေးမှာ ‘သာ” ထက် “ကွာ” က ပိုအရေးကြီးတယ်

ဒီနေ့ခေတ် လုပ်ငန်းအချင်းချင်း ပြိုင်တဲ့အခါ ဈေးပိုသက်သာအောင်၊ ဝန်ဆောင်မှုပိုသာအောင်၊ ‘သာ” ဖို့ အသားပေးကြတယ်။ ဒီနေ့ ခေတ်က ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှု ရှားတဲ့ခေတ် မဟုတ်တော့ဘူး။

အချိုရည်လို့ပြောလိုက်ရင် Coca-Cola ကို ပြေးမြင်ကြ တယ်။ သူ့ထက်အရသာပိုသာအောင်လိုက်ပြိုင်တာ Pepsi ။ ဒါပေမဲ့ အချိုရည်လို့ပြောလိုက်တဲ့အခါ လူအများစုက Coca-Cola ကိုပြေး မြင်ကြဆဲပဲ။ ဒါပေမဲ့ အားဖြည့်အချိုရည်လို့ ပြောလိုက်တဲ့အခါ ကွဲရိုင်း Red Bull ကို ပြေးမြင်ကြတယ်။ ဘာကြောင့်လဲဆိုတော့ အရင်ကမရှိသေးတဲ့အချိုရည် အကန့်သစ်ဖြစ်တဲ့ “အားဖြည့်” အချိုရည် ဆိုတဲ့ လုံးလုံးကွာတဲ့အပိုင်း Category ကို ရွေးချယ်ခဲ့လို့ပါ။

Blue Ocean မဟာဗျူဟာဆိုတာ ကြားဖူးလိမ့်မယ်။ Cirque du Soleil ဆပ်ကပ်အဖွဲ့က သူတို့ကိုယ်သူတို့ ဆပ်ကပ်လို့ မမြင်ဘူး။ တိရစ္ဆာန်အသုံးမပြုတဲ့ ပြပွဲ (Theatre) လို့မြင်တယ်။ အဲဒီ အကန့် Category ကိုသွားတယ်။ ဘီလီယံနဲ့ချီ အောင်မြင်ခဲ့တယ်။

ဒါကြောင့် သာဖို့ထက် ကွာဖို့လုပ်ပါ။ ဘာတွေ ကွာရမလဲ။

၁။ လုပ်ငန်းတည်ဆောက်တဲ့ အုတ်မြစ် အခြေခံအတွေးအခေါ် ကွာရမယ်။

၂။ အကန့်ကို သေချာ ဒီဇိုင်းလုပ်ရမယ်။

၃။ ကုန်ပစ္စည်းလည်ပတ်မှုစနစ်ကို ကွဲထွက်နေအောင်လုပ်ရမယ်။

၄။ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုတွေကို ကွဲနေအောင်လုပ်ရမယ်။

ပြေးလေ ဝေးလေဖြစ်နေသလား

စီးပွားရေးဆိုတာ ဖောက်သည်တွေရဲ့လိုအပ်ချက်၊ လိုချင်မှု၊ တစ်နည်း ပြဿနာတွေကို အမြတ်ငွေယူ ဖြေရှင်းတာဖြစ်တယ်။ ဒါကြောင့် ဘယ်ပြဿနာကို ဘယ်လိုပုံစံဖြေရှင်းမလဲ အရင်စဉ်းစားဖို့လိုတယ်။ တချို့ တစ်လတစ်လ ရှုန်းကန်ပြီး ဘဝတွေ လုပ်တာနဲ့ ရတာမတန် ဖြစ်နေတာတွေ တွေ့ဖူးလိမ့်မယ်။ တချို့ကျတော့လည်း ပျော်ပျော်ပါးပါး ငွေတွေဝင်နေတာမျိုးဖြစ်တယ်။

ဘာကွာသွားသလဲ။ လုပ်ငန်းတစ်ခုလုပ်တဲ့အခါ ရွေးချယ်မှု အရေးကြီးတယ်။ ဘယ်လုပ်ငန်း၊ ဘယ်နယ်ပယ်မှာ ဘယ်လိုမျိုး ဖောက်သည်တွေကို ဘယ်လိုပုံစံမျိုး ကိုယ့်ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှု ကို ဘယ်လောက်နဲ့ ဘယ်နှကြိမ်ကို ဘယ်လိုမတူတဲ့ပုံစံနဲ့ ဘယ်လို သိအောင်လုပ်ပြီး ဝယ်အောင်၊ ထပ်ဝယ်အောင်လုပ်ဆောင်မလဲ။ ဘယ်လောက်ကုန်ကျပြီး ဘယ်လိုလူတွေ ကိုယ့်ကိုကူညီဖို့လိုသလို ဘယ်လိုဝန်ထမ်းတွေကို အလုပ်ခန့်ထားရမလဲ။ လုပ်ငန်း ဘယ်လို လည်ပတ်မလဲ အရင်စဉ်းစားရတယ်။

လမ်းမှားပြီး ဒွတ်ပြေးနေရင် ပြေးလေဝေးလေဖြစ်နေနိုင်တာ ဖြစ်တဲ့အတွက် လုပ်ငန်းကို ဒီဇိုင်းအရင်လုပ်ဖို့လိုတယ်။ ဒီလိုရွေးချယ် မှု ပြုလုပ်တဲ့အခါ ကိုယ့်လုပ်ငန်းဖြစ်တဲ့အတွက် ကိုယ့်ရဲ့အားသာချက် ပေါ်အခြေခံတဲ့ လုပ်ငန်းဖြစ်ရင် အကောင်းဆုံးပဲ။ ကိုယ့်ရဲ့အားသာ ချက်ကိုသိဖို့အတွက် တခြားသူတွေ ခက်ခက်ခဲခဲလုပ်နေရပြီး ကိုယ့် အတွက် လွယ်နေတဲ့အရာရှိသလား။ ဒီမေးခွန်းမျိုးကို ပြန်မေးကြည့် ပါ။

လူအဓိကနဲ့ သွားမှာလား နည်းပညာအဓိကနဲ့ သွားမှာလား

လူအဓိကနဲ့ သွားမှာလား၊ နည်းပညာအဓိကနဲ့ သွားမှာလား။ ကိုယ့်ရဲ့ဆုံးဖြတ်ချက်ပဲ။ စနစ်ချတဲ့အခါ စနစ်ချည်းပဲက သေချာဒီဇိုင်း လုပ်တာ ပြဿနာသိပ်မရှိဘူး။ အဓိကပြဿနာဖြစ်တာ လူ။ လူတွေ က ပျော်တယ်၊ ဝမ်းနည်းတယ် အမျိုးမျိုးဖြစ်တတ်တယ်။ ခံစားချက် ပေါ်မူတည်ပြီး စွမ်းဆောင်ရည်မငြိမ်ဘူး။

ဒါကြောင့် ကိုယ်မပါဘဲ လည်ပတ်တဲ့လုပ်ငန်း လုပ်ချင်ရင် မိုက်ကယ်ကာဗာက အစားထိုးလို့လွယ်တဲ့လူတွေ ခန့်ပါ။ အစားထိုး လို့ရဖို့အတွက် လုပ်ငန်းတွေကိုလုပ်ဆောင်ဖို့ ကျွမ်းကျင်မှုတွေကို ခွဲလိုက်ပါ။ အကုန်လုံး မခိုင်းနဲ့။ ပြီးရင် ကျွမ်းကျင်မှုအနည်းဆုံးနဲ့ လုပ်လို့ရအောင် လုပ်တဲ့။

တချို့လုပ်ငန်းတွေက လူတော်တစ်ယောက် တွေ့သွားတဲ့အခါ ဂိမ်းတစ်ခုလုံး ပြောင်းသွားတာမျိုးဖြစ်တယ်။ အဲဒီလူရှာတဲ့အချက်က အချိန်ပေးရတယ်။ အချိန်သိပ်ပေးစရာမလိုတာက ကိုယ့်လုပ်ငန်းလည်ပတ်တဲ့နေရာမှာ ကုန်ပစ္စည်းထည့်တာပဲ။ ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း လုပ်တဲ့အခါကျတော့ ကိုယ့်လုပ်ငန်းကို ကုန်ပစ္စည်းပုံစံ Productize လုပ်ရတယ်။ ခလုတ်ဖွင့်တာနဲ့ လုပ်လို့ရတဲ့ Turnkey Operation ဖြစ်ဖို့အတွက် ကိုယ့်ရဲ့ Business Model မှာ ဝန်ဆောင်မှုပေးတဲ့ အရာတွေကို ချုံ့ရသလို လိုအပ်ရင် ကိုယ်အဓိကထားတဲ့ ဖောက်သည် ပုံစံကို သေချာသတ်မှတ်ရတယ်။ အဆင့်အနေနဲ့ကတော့-

၁။ဒီဇိုင်းလုပ်တဲ့အဆင့် (Design)

၂။ဘယ်အပိုင်းတွေကို ဘယ်သူက ဘယ်လောက်ဆုံးဖြတ်ပိုင်ခွင့်ရှိသလဲ (Decide)

၃။တာဝန်လွှဲတဲ့အဆင့် (Delegate)

၄။ကိုယ်လုပ်တဲ့အလုပ် (Do)

ကော်ဖီဆိုင်တစ်ဆိုင်မှာ ကော်ဖီနဲ့ မုန့်နဲ့ပဲရောင်းတာနဲ့ တခြား စားသောက်စရာအမယ်တွေ များလေလေ သူ့ရဲ့ Scalability ပိုင်း၊ ကိုယ်မပါဘဲ

လည်ပတ်တဲ့ပုံစံတည်ဆောက်တဲ့အပိုင်း ကြာလေလေပဲ။ ထိုင်းမှာဆိုရင် Tao Bin ဆိုတာရှိတယ်။ ကော်ဖီကို Venting Machineနဲ့ သွားတဲ့ပုံစံ 7-Eleven Vening Machine တွေဆိုလဲ Condo တွေမှာတွေ့လိမ့်မယ်။ ဒါကျတော့ Product လုပ်လိုက်တယ်။

ကောင်းရုံနဲ့မရ၊ တော်ဖို့လည်းလိုတယ်

ကျဆုံးနေတဲ့၊ ဆုတ်ယုတ်နေတဲ့ အဖွဲ့အစည်းမှာ အလုပ်မဝင်ချင်ကြဘူး။ အောင်မြင်နေ၊ ဂုဏ်ယူနေ၊ တိုးတက်နေတဲ့အဖွဲ့အစည်းမှာပဲ အလုပ်လုပ်ချင်ကြတယ်။ တော်တဲ့ဝန်ထမ်းတွေ အလုပ်လာလုပ်စေချင်ရင် ကိုယ့်လုပ်ငန်းက တိုးတက်နေဖို့လိုတယ်။ ဒါမှ တိုးတက်မှုကို ဆောင် တဲ့ လူတော်တွေ အလုပ်လာလုပ်မှာ။ လူတော်တွေအလုပ်လာလုပ်မှ ပိုတိုးတက်မှာ။

ဒီလိုတိုးတက်အောင် လူတော်တွေ ကိုယ့်အလုပ်မှာ အလုပ်လာလုပ်အောင် ဦးဆောင်သူက စတယ်။ ကိုယ်က တော်နေမှ ကိုယ့်ဆီလာတဲ့သူက တော်မှာ။ တော်တဲ့သူဆီမှာ တော်တဲ့သူတွေ ပိုလာမှာ။ လူက ကောင်းနေတာတစ်ခုတည်းနဲ့ တိုးတက်မှုကို ရဖို့ မလွယ်ဘူး။ တော်ဖို့လည်း လိုတယ်။

ရှာတဲ့ပုံစံမတူရင် ပြန်ရတဲ့အမြတ်တွေ မတူဘူး

ငွေကို ငွေနဲ့ရှာတာနဲ့ ငွေကို လုပ်အားနဲ့ရှာတာ ပြန်ရတဲ့အမြတ် မတူကြဘူး။ တချို့က ငွေမရှိရင် ဘာလုပ်လို့ရမှာလဲ စဉ်းစားကြတယ်။ ဒီနေ့ခေတ် ဒီမိုကရေစီမှာ၊ အရင်းရှင်စနစ် Capitalism ခေတ်မှာ ဒီငွေနဲ့ လူအား အသုံးပြုပြီး ဝင်ငွေများများပိုရှာနိုင်အောင် စွန့်ဦး တီထွင်တွေက လုပ်ဆောင်ကြတယ်။ ငွေအားနဲ့ ချမ်းသာကြွယ်ဝမှု မတူဘူးတဲ့။ Capital ငွေမှာ မြေမပါဘူးတဲ့။ Wealth ကြွယ်ဝမှုမှာ မြေပါတယ်။ ဒီနှစ်ခုရဲ့ ပြန်ရနိုင်တဲ့နှုန်း တွက်တဲ့အခါ-

၁။ နှစ်စဉ် ပြန်ရှာပေးနိုင်စွမ်း

၂။ အရင်းကျေမှတ်

၃။ ဈေးတက်ခြင်း ဒါတွေနဲ့တွက်တယ်။

အရိုးရှင်းဆုံးစဉ်းစားကြည့်တဲ့အနေနဲ့ ကွန်ဒိုတစ်လုံး ဝယ် လိုက်တယ်။ သိန်းငါးထောင် ကျတယ်ဆိုပါစို့။ ပြန်ငှားလို့ တစ်လ ၁၅ သိန်း၊ တစ်နှစ် သိန်း ၁၈၀ ရမယ်။ ဒါဆို သိန်းငါးထောင်ပြည့်ဖို့ ခန့်မှန်းခြေ နှစ် ၃၀ လောက်ရှိမယ်။ ဒီကြားထဲမှာ ငှားမထွက်တဲ့လတွေရှိနိုင်သလို ဈေးကျသွားတာတွေလည်းရှိနိုင်မယ်။ ငွေကြေး ဖောင်းပွမှုများတဲ့နေရာမှာတော့ ဈေးတက်သွားတာတွေ၊ အခန်းခ အပြောင်းအလဲတွေလည်းရှိမယ်။ သူ့မှာ ရှုံးနိုင်တဲ့အန္တရာယ်နည်းသလို အမြတ်လည်း နည်းတယ်။ စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှာကျတော့ အရှုံး အမြတ် ရှိသလို ကျွမ်းကျင်မှုမရှိရင်လည်း အကုန်ပြုတ်သွားနိုင်တယ်။

ကျွမ်းကျင်ရင် နှစ်စဉ်အမြတ်ငွေအပြင် ရှယ်ယာတန်ဖိုး တစ်ခုရှိမယ်။ ဥပမာ- သိန်းငါးထောင် ရင်းမယ်။ တစ်လ သိန်းနှစ်ရာ မြတ်မယ်။ ဝန်ထမ်းတွေနဲ့ တခြားကုန်ကျစရိတ်တွေအတွက် သိန်း ၁၂၀ ကုန်မယ်။ တစ်လ သိန်း ရှစ်ဆယ်၊ ခန့်မှန်းခြေ တစ်နှစ် ၉၆၀။ ဆက်လက်တိုးတက်နေမယ်ဆိုရင် အရင်းကျေမှတ် ငါးနှစ်ဖြစ်နိုင် တယ်။ အရေးအကြီးဆုံးက လူနဲ့ ငွေ (Capital နဲ့ Labour) ကို အသုံးချတဲ့ စွန့်ဦးတီထွင် (Entrepreneur) ရဲ့အစွမ်းအစ ဖြစ်သွား တယ်။

စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းရှင်ရဲ့ အဓိကတာဝန်က ဈေးကွက် ပြဿနာကို ငွေနဲ့လူအရင်းအမြစ်တွေသုံးပြီး တခြားသူတွေထက် အကောင်းဆုံးဖြေရှင်းနိုင်တာဖြစ်တယ်။ ဆံပင်ညှပ်ဆိုင်ကို တစ်ဆိုင် ကနေ ဆိုင်

ငါးဆယ်၊ တစ်ရာ ချဲ့နိုင်တာကစလို့ နည်းပညာလုပ်ငန်းကို လူ ထောင်၊ သောင်း၊ သိန်း၊ သန်းများစွာသုံးအောင် လုပ်နိုင်တာလည်း ဖြစ်မယ်။ လူနဲ့ငွေကိုစီမံခန့်ခွဲနိုင်ဖို့ တွေးတဲ့ခေါ်တဲ့ပုံစံ၊ လုပ်ကိုင်တဲ့ ပုံစံ၊ အတွေး၊ အကြံ၊ အလုပ် အရေးကြီးတယ်။

ရှင်ကျန်ပြီး ကြီးထွားနေဖို့ မဟာဗျူဟာက အရှင်ဖြစ်နေဖို့လိုနိုင်တယ်

လူတွေရဲ့ပြဿနာကို ဖြေရှင်းပေးတဲ့အခါ အကျိုးအမြတ်တစ်ခု ပြန်ရတတ်ပါတယ်။

ကျေးဇူးတင်ပါတယ်ဆိုတဲ့ အသိအမှတ်ပြုမှုတစ်ခု ဖြစ်ရင်ဖြစ်မယ်၊ ဒါမှမဟုတ် ငွေကြေးအနေနဲ့ ဖြစ်ရင်ဖြစ်မယ်။ လူတိုင်းက ပြဿနာတွေ ဖြေရှင်းပေးရင်း သမာအာဇီဝကျကျ ငွေရှာ ကြပါတယ်။ ရုံးဝန်ထမ်းတစ်ယောက်က အလုပ်ရှင်မပေးနိုင်တဲ့ အချိန်နဲ့ ကျွမ်းကျင်မှုကို ရောင်းချပြီး လုပ်ခလစာအနေနဲ့ ငွေရှာပါ တယ်။ စွန့်ဦးတီထွင်တစ်ယောက်ဟာ ဖောက်သည်ရဲ့ပြဿနာကို ဖြေရှင်းပေးရင်း ငွေရှာပါတယ်။

နိုင်ငံရေးအပြောင်းအလဲဖြစ်တိုင်း ကိုယ်ဖြေရှင်းနေတဲ့ ပြဿနာတွေက အပြောင်းအလဲ ဖြစ်သွားတတ်တယ်။ စီးပွားရေး အပြောင်းအလဲဖြစ်တဲ့ ငွေလဲလှယ်နှုန်း၊ အစိုးရချမှတ်ထားတဲ့ အတိုး နှုန်း၊ စီးပွားရေးမူဝါဒတွေ၊ ဥပဒေတွေအပြောင်းအလဲဖြစ်တိုင်း ကိုယ့် လုပ်ငန်းကပေးနေတဲ့ ဈေးကွက်အဖြေတွေ ပြောင်းသွားတတ်တယ်။

လူတွေကြုံတွေ့နေတဲ့ပြဿနာတွေ ပြောင်းသွားတိုင်း လူတွေလိုချင် တာ၊ လိုအပ်တာ ပြောင်းသွားတယ်။ ဒီတော့ လုပ်ငန်းတွေရောင်းချ နေတဲ့ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုတွေ ပုံစံပြန်ပြောင်းဖို့ လိုလာပြန်တယ်။

နည်းပညာအပြောင်းအလဲဖြစ်တိုင်း လူတွေ၊ လုပ်ငန်းတွေ ရဲ့ နေထိုင်လုပ်ကိုင်မှုပုံစံ ပြောင်းသွားတယ်။ ဒီတော့ လူတွေ၊ လုပ်ငန်းတွေ ကြုံတွေ့နေရတဲ့ပြဿနာနဲ့ ဖြေရှင်းချက်ပုံစံတွေ အပြောင်းအလဲဖြစ်သွားတယ်။ 'မြန်မာနိုင်ငံက နိုင်ငံရေး၊ စီးပွားရေး အပြောင်းအလဲ တအားကြမ်းတဲ့နိုင်ငံတစ်ခုဆို မမှားပါဘူး။

ဒါနဲ့အတူတစ်ကမ္ဘာလုံးရဲ့နည်းပညာအပြောင်းအလဲတွေကလူတွေရဲ့နေထိုင်မှုပုံစံ မီဒီယာအသုံးပြုမှုပုံစံကိုလည်း အများကြီးလွှမ်းမိုးမှုရှိနေတယ်။

ဒါကြောင့် ကိုယ့်အနေနဲ့ မနေ့ကဖြေရှင်းနေတဲ့ပြဿနာပုစ္ဆာက ဒီနေ့မှာ အပြောင်းအလဲဖြစ်သွားတာဖြစ်နိုင်ပြီး မနေ့တုန်းက အလုပ်ဖြစ်ခဲ့တဲ့ အဖြေက ဒီနေ့မှာ သုံးမရတော့တာလည်း ဖြစ်နိုင်တယ်။

ရှင်ကျန်ပြီး ကြီးထွားနေဖို့ ကိုယ့်မဟာဗျူဟာက အရှင်ဖြစ်နေဖို့လိုတတ်တယ်။ သွားနေတဲ့လမ်းကြောင်းကို ခဏအတွင်း မြန်မြန်ပြောင်းလဲနိုင်ဖို့ လိုတတ်တယ်။

Business Environment Analysis

လုပ်ငန်းတစ်ခု ဘာစီမံကိန်းပဲချချ ပထမဆုံးလုပ်ရတာ စီးပွားရေး ပတ်ဝန်းကျင်သုံးသပ်မှု (Business Environment Analysis) လို့ ခေါ်ပြီး သုံးပိုင်းပြုလုပ်တယ်။ ပထမတစ်ပိုင်းကို ကိုယ်လုံးဝထိန်းချုပ် လို့မရတဲ့အပိုင်း Uncontrollable Variables လို့ခေါ်တယ်။ သူ ကတော့ နိုင်ငံရေး၊ စီးပွားရေး၊ လူမှုရေး၊ နည်းပညာ၊ သဘာဝ ပတ်ဝန်းကျင်နဲ့ ဥပဒေပြောင်းအလဲဖြစ်တယ်။

ဒါကိုတော့ အတိုကောက် PESTLE လို့ ခေါ်ကြတယ်။ Political Economics Social Technology နဲ့ Legal Environmental Factors ပေါ့။ ဒါကို ထိန်းချုပ်လို့မရတဲ့အခါ ကြိုတင်ခန့်မှန်းမှု ပြုလုပ်ပြီး စီမံကိန်းလုပ်ဆောင်ရတယ်။ ဒါကို Predict (ခန့်မှန်း) ၊ Plan (စီမံကိန်း) ချတယ်လို့ခေါ်ပြီး အခြေခံ ယူဆချက်တွေ ထုတ်ရတယ်။ ဒါကို Assumption လို့ခေါ်တယ်။

ပိုကောင်းမလား၊ ပိုဆိုးမလား၊ ပိုနေမြဲ ကြားနေမြဲလား။ ရေတို၊ ရေလတ်၊ ရေရှည်မှာ ဘာဖြစ်နိုင်လဲ။ ဒီပေါ်မူတည်ပြီးဖြစ်နိုင်ခြေတွေကို အတိတ်နဲ့ လက်ရှိအခြေအနေတွေကို သုံးသပ်ပြီး စီမံကိန်းချရတယ်။ အဲဒီအခြေခံယူဆချက်တွေဟာ ဘဏ္ဍာရေးကြိုတင် စီမံကိန်းရေးဆွဲမှု (Financial Projections) မှစလို့ မားကက်တင်း၊ HR အကုန်လုံးအပေါ် သက်ရောက်မှုရှိတယ်။ ဒီအခြေခံယူဆချက် တွေပေါ်မူတည်ပြီး အခွင့်အလမ်း (Chance) နဲ့ အပြောင်းအလဲ လုပ်ရမယ့် Change တွေကို လုပ်ဆောင်တယ်။

ဘဝနေထိုင်မှု စီးပွားရေးမော်ဒယ်

စီးပွားရေးလုပ်နည်းတွေ အများကြီးရှိတယ်။ အဲဒီထဲမှာ Lifestyle Business ဆိုတာရှိတယ်။ ကိုယ်လုပ်ချင်တဲ့အလုပ်ကို လုပ်ချင်တဲ့ နေရာမှာ လုပ်ချင်တဲ့သူနဲ့လုပ်ပြီး ကိုယ့်ဘဝ ဒီနေ့အတွက်၊ အနာဂတ် အတွက် ဝင်ငွေရလမ်းတွေ တည်ဆောက်တဲ့ပုံစံဖြစ်ပါတယ်။ သူ ကတော့ ကိုယ်က ကိုယ့်လုပ်ငန်းအတွက် ရှင်သန်တာမဟုတ်ဘဲ ကိုယ့်လုပ်ငန်းက ကိုယ့်အတွက်ဖြစ်ဖို့ ဒီဇိုင်းလုပ်ပြီး စီးပွားရေး လုပ်တဲ့ပုံစံဖြစ်တယ်။ အလွတ်တန်းပညာရှင် Freelancer ကတော့ သူ့တစ်ယောက်တည်းရဲ့ဝန်ဆောင်မှုကို ရောင်းတာ။

Lifestyle Business မှာကျတော့ သူ့မှာ ဖန်တီးထားတဲ့ လုပ်ငန်းရှိတယ်။ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုတွေရှိတယ်။ အလုပ် အကုန်လုံးကို တစ်ယောက်တည်းလုပ်စရာမလိုဘူး။ ဘယ်လုပ်ငန်းမဆို ကိုယ်လိုချင်တဲ့ပုံဖြစ်ဖို့ အချိန်တစ်ခုတော့ ပေးခဲ့ရတာပဲ။ လမ်းပြပေး မယ့်သူရှိရင်တော့ ပိုမြန်တာပေါ့။ Lifestyle Business ဖန်တီးသူ တစ်ယောက်အနေနဲ့ Soul ကို ရောင်းတဲ့အလုပ်တွေ မလုပ်ဘူး။

ဒီအလုပ်က ငါ့ကို ပျော်စေမလား။ ဒီအလုပ်က ငါ့ကို ပိုတော် စေမလား။ ဒီအလုပ်က ငါ့ကို ဒီနေ့အတွက် ဝင်ငွေရစေမလား။ ဒီအလုပ်က အနာဂတ်အတွက် ဝင်ငွေရစေမလား။ ဒီအချက်တွေပေါ်မူတည်ပြီး လုပ်ငန်းကို ဒီဇိုင်းလုပ်သွားတာမျိုး။ ကိုယ့်နှလုံးသား နဲ့ကိုက်တဲ့ စီးပွားရေးလုပ်တဲ့ပုံ မမှန်ရင် အလုပ်လုပ်ရတာ အရသာ ရှိမှာမဟုတ်ဘူး။ ပျော်မှာလည်း မဟုတ်ဘူး။ တချို့က ပိုက်ဆံရှာတယ်။ ရှာတဲ့ပိုက်ဆံနဲ့ ပျော်အောင်လုပ်တယ်။ တချို့က အလုပ်လုပ်တယ်။ ပျော်လည်းပျော်တယ်။ ဒီနေ့အတွက် ဝင်ငွေလည်းရတယ်။ အနာဂတ် အတွက် ဝင်ငွေလည်းရတယ်။

Small Business နဲ့ Startup

တစ်နိုင်တစ်ပိုင် ကော်ဖီဆိုင်လေးဖွင့်တယ်။ တစ်နှစ်၊ နှစ်နှစ်အတွင်း ဆိုင်ပေါင်း ၂၀ ဖြစ်သွားတယ်။ ဘာကွာလဲဆိုရင် Small Business နဲ့ Startup စဉ်းစားတဲ့ပုံ ကွာပါတယ်။ Small Business ဆိုတာ ပုံမှန်ဝင်ငွေလေး ရနေပြီး လည်ပတ်နေတဲ့စီးပွားရေးဖြစ်ပြီး Startup ဆိုတာကတော့ 'Up' ဆိုတဲ့အတိုင်း လျင်လျင်မြန်မြန် တိုးတက်ပြီး ချဲ့ထွင်နိုင်တဲ့လုပ်ငန်းတစ်ခုဖြစ်ပါတယ်။

Startup ပုံစံတွေ အများကြီးရှိပါတယ်။ တကယ်လို့ နည်းပညာသစ်တွေကြောင့် လူတွေရဲ့နေထိုင်မှုပုံစံ ပြောင်းလဲသွားတဲ့ Google တို့၊ Facebook တို့လို Scalable Startup တွေရှိတယ်။ နိုင်ငံခြားမှာ အောင်မြင်ပြီး ကိုယ့်မော်ဒယ်ကို တခြားနိုင်ငံတင်ပို့တဲ့ Large Company Startup တွေရှိတယ်။ ဥပမာ- Shop, an Alib- aba Company ဆိုတာမျိုး ဖြစ်တယ်။ Small Business Startup လို့ခေါ်တဲ့ ကော်ဖီဆိုင်တွေရှိပြီး တချို့ကော်ဖီဆိုင်တွေက နည်းပညာ အကူအညီယူပြီး ချဲ့တဲ့ Cotti Coffee တို့လိုရှိမယ်။

Starbucks က ဘတ် ၁၅၀၊ ၁၈၀ ပေးနေရတဲ့အချိန်၊ Cotti Coffee က ၅၅ ဘတ်လောက်နဲ့ ချဲ့လို့ရတဲ့ Model ပုံစံမျိုး ဖြစ်တယ်။ နောက် ဘဝနေထိုင်မှုပုံစံအတွက် ကိုယ်ကြိုက်တဲ့အလုပ် ပေါ်တည်ပြီး ဖန်တီးတဲ့ Lifestyle Startup ရှိတယ်။ ဥပမာ- Fitness Trainer တွေအနေနဲ့ Bali မှာနေပြီး Startup တည်ဆောက်တာမျိုး၊ နောက်ပြန်ရောင်းဖို့လုပ်တဲ့ Buyable Startup တို့လိုမျိုးဖြစ်တယ်။ မူပိုင်ခွင့်တွေ ဖန်တီးတယ်။ ကုမ္ပဏီကြီးက လာဝယ်တဲ့အခါ မြိုးမြိုး မြက်မြက်ရရင် ရောင်းတာမျိုးဖြစ်တယ်။

နောက် Hybrid Startup ဆိုတာရှိမယ်။ ကျန်းမာရေး Fitness App လုပ်ပြီး Telemedicine နဲ့တွဲတာမျိုးပါ။

ဒီလို Start up တွေဖန်တီးတဲ့အခါ အိုင်ဒီယာကနေ ကုန်ပစ္စည်းဖြစ်တဲ့အဆင့်၊ ကုန်ပစ္စည်း ကြီးထွားချဲ့ထွင်တဲ့အဆင့်၊ နောက် လုပ်ငန်းရောင်းတဲ့ အဆင့်ရှိတယ်။ ဘာကြောင့် ကုန်ပစ္စည်းလို့ပြောလဲဆိုရင် လုပ်ငန်းကို ချဲ့ထွင်ချင်ရင် ဘာလုပ်ငန်းဖြစ်ဖြစ် လုပ်ငန်းကို ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုလို စဉ်းစားရမှာဖြစ်တယ်။ Productize လုပ်ရမှာဖြစ်တယ်။ Franchise ရောင်းတဲ့သူက သူ့လုပ်ငန်းကို ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုလိုစဉ်းစားလို့ Fran- chise ကို ရောင်းလို့ရတာ ဖြစ်ပါတယ်။

ဒီ Idea ကနေ Product ဖြစ်ဖို့၊ Idea ကနေ ကနဦး ကုန်ပစ္စည်းအနေနဲ့ ဖန်တီးဖို့လိုတယ်။ ဒါကို Minimal Viable Product (MVP) လို့ခေါ်တယ်။ အိုင်ဒီယာတိုင်းသည် ဈေးကွက် ပြဿနာကိုဖြေရှင်းတဲ့အိုင်ဒီယာ ဖြစ်ဖို့လိုတယ်။ ကုန်ပစ္စည်းအနေနဲ့ MVP မတည်ဆောက်ခင် ပြဿနာအတိမ်အနက်ကို အရင်တူးဖော်ရတယ်။ ကိုယ်ထင်နေတာနဲ့ တကယ်ဖြစ်နေတာနဲ့ ကိုက်ညီရဲ့လား။ အလားအလာရှိတဲ့ ဖောက်သည်တွေကို လိုက်မေးရတယ်။ Survey လုပ်ရတယ်။ စိတ်မှန်းနဲ့ လုပ်လို့မရဘူး။ ပြီးမှ MVP တည်ဆောက် တယ်။

MVP တည်ဆောက်တဲ့အခါ ဥပမာ- ကိုယ်က ဆိုလာအသုံးပြုလျှပ်စစ်မီးသီး ဖန်တီးချင်တယ်ဆိုပါတော့။ ဒီတော့ ကိုယ်ဖြေရှင်းတဲ့ပြဿနာက အလင်းရဖို့ဖြစ်တယ်။ ဒီတော့ ဒီအလင်းရဖို့ကို ဖယောင်းတိုင်အဆင့်၊ မီးအိမ်အဆင့်၊ မီးလုံးအဆင့်၊ ဆိုလာအဆင့် တစ်ဆင့်ချင်း ဖြေရှင်းသွားရတယ်။ တချို့ဈေးကွက်ပြဿနာတွေကို အလျင်လိုတယ်။ ဒီလို အလျင်လိုတဲ့ ဈေးကွက်ပြဿနာဖြေရှင်းဖို့ Big Urgent Market Problem (BUMP) အတွက် Ready ဖြစ်နေတဲ့အခါ ကိုယ့်လုပ်ငန်း ကြီးထွားပြီသာမှတ်။ ဥပမာတစ်ခုကတော့ Zoom ကုမ္ပဏီပဲ။ ၂၀၂၀ မှာ COVID-19 ဖြစ်တော့ Household Name တစ်ခုလိုဖြစ်သွားတယ်။

လုပ်ငန်းတစ်ခုစတင်တဲ့အခါ တချို့အမှားတွေက ရှောင်လို့ ရတယ်။

လုပ်ငန်းတစ်ခု ကျဆုံးစေတဲ့အရာတွေထဲမှာ-

စိတ်နေသဘောထားနဲ့ပတ်သက်တဲ့ အမှားများ

၁။ လေထဲမှာ တိုက်အိမ်ဆောက်ပြီး မစတင်ဖြစ်ခြင်း။

၂။ တစ်ယောက်တည်း မစတင်ရဲဘူး။

၃။ စဖို့အတွက် လုံလောက်တဲ့အရည်အချင်းမရှိဘူး၊ ငယ်သေးတယ်၊ အသက်ကြီးသွားပြီဖြစ်နေခြင်း။

၄။ အလုပ်တွေရှုပ်နေပြီး အရာမရောက်ဘူး။ ပွဲတွေတက်၊ ဆုတွေယူ၊ လူတွေတွေ့၊ Networking တွေလုပ်၊ Pitch လုပ်၊ ပြီးရင်. အလုပ်က မပြီး။

၅။ Passion တစ်ခုတည်း အားကိုးခြင်း။ Passion ကို Mission နဲ့ ပေါင်းမှဖြစ်မယ်။ ဒီနေ့ခေတ် ပြိုင်ဆိုင်မှုများတဲ့ခေတ်မှာ ရှုးသွပ်မှုတစ်ခုတည်းနဲ့မရဘူး။

စီးပွားရေးမော်ဒယ်နဲ့ပတ်သက်တဲ့ အမှားများ

၁။ ခပ်ညံ့ညံ့ Business Plan ဖြစ်နေခြင်း။

၂။ အရေးမပါတဲ့ Industry လုပ်ငန်းနယ်ပယ်မှာ အရေးမပါတဲ့ ပြဿနာဖြေရှင်းနေခြင်း။

၃။ ပြဿနာမဖြေရှင်းပေးတဲ့ ကုန်ပစ္စည်း၊ ဝန်ဆောင်မှုတွေထုတ်နေ ခြင်း။

၄။ အားကိုးလွန်ခြင်း။ ဥပမာ- App Store တစ်ခုတည်း အားကိုး တာမျိုး။ Facebook တစ်ခုတည်းပေါ် အားကိုးတာမျိုး။

၅။ အချိန်လွဲခြင်း။ မလုပ်သင့်တဲ့အချိန်မှာ လုပ်ငန်းလုပ်ဆောင်ခြင်း။

၆။ အတွေးအခေါ် သေးလွန်းခြင်း။ ခပ်သေးသေးပဲ စဉ်းစားကြံဆခြင်း။

ဈေးကွက်သုတေသနလုပ်ခြင်းနဲ့ပတ်သက်တဲ့ အလွဲများ

၁။ Uber Of ဘာညာသာရကာ အတုခိုးခြင်း။

၂။ မလိုအပ်ဘဲ ဂုဏ်တက်ခြင်း။

၃။ Network Effect ကိုပဲ အသုံးပြုပြီး ပြိုင်ဆိုင်ခြင်း။ ဥပမာ- Social Media မှာ Follower များတယ်။ ဒီအချက်ကိုပဲ အားပြုပြီး လုပ်ငန်းရဲ့ Core Competency ကို အားမပြုခြင်း။

ငွေကြေးမတည်မှုနဲ့ပတ်သက်တဲ့ အလွဲများ

၁။ Funding မလုံလောက်တော့ခြင်း။

၂။ Budget ချတာ ညံ့ဖျင်းခြင်း။

၃။ Accounting သေချာမလုပ်တတ်ခြင်း။

၄။ ကျွမ်းကျင်တဲ့ စာရင်းအင်းပညာရှင် မခန့်ထားခြင်း။ Product Development အတွက်ဆို Feature ကို Company ထင်ခြင်း FNAC လို့ခေါ်ပါတယ်။ Feature, not a company organizational. တလွဲမှာ Founding Team တလွဲဖြစ်ခြင်း၊ Cofounder မရှိခြင်း၊ Cofounder မမှန်ခြင်း၊ အလုပ် မထုတ်ရဲခြင်း၊ Sales အတွက်ဆို Sales Metrics မရှိခြင်းဖြစ်တယ်။

Growth အတွက်ဆို Poor Pivoting Growing Too Fast အဓိကအချက်က အနာဂတ်က ခန့်မှန်းလို့ရတယ်။ မမှန်နိုင်ဘူး ဆိုပြီး

မခန့်မှန်းတာလောက် ရှုံးတာမရှိဘူးတဲ့။ Wall Street ရဲ့Best Seller တစ်ခုဖြစ်တဲ့ Kim Hvidkjaer How to fu*k up your startup ထဲကနဲ့ တွေးမိတာနဲ့ ပေါင်းစပ်ထားတာဖြစ်တယ်။

Business Growth & Technology

လုပ်ငန်းတစ်ခု ခုန်ပျံကျော်လွှား တိုးတက်ဖို့ တီထွင်ဆန်းသစ်မှု၊ ချဲ့ထွင်နိုင်စွမ်းနဲ့ Leverage ကံစွမ်း၊ ဉာဏ်စွမ်း၊ နည်းပညာစွမ်း အသုံးချနိုင်ဖို့လိုတယ်။ ဒီလိုလုပ်ဖို့ အရေးအကြီးဆုံးထဲမှာ နည်းပညာ ပါတယ်။ စာရင်းကို လက်နဲ့ပေါင်းနေတာနဲ့ ကွန်ပျူတာစာရင်းနဲ့ တွက်တာနဲ့ Receipt တွေ ဓာတ်ပုံရိုက်တာနဲ့ AI က အလိုအလျောက် တွက်သွားပေးနိုင်တဲ့ လုပ်ငန်း၊ သူတို့ရဲ့စွမ်းဆောင်ရည်တွေ မတူနိုင် တော့ဘူး။ လုပ်ငန်းတွေက နည်းပညာကို အသုံးပြုဖို့အတွက် စာရွက် စာတမ်းတွေနဲ့ မှတ်နေတာကို Digital (ဒစ်ဂျစ်တယ်) အနေနဲ့ ပြောင်း တယ်။

နောက်ပိုင်း လုပ်နေတဲ့ လုပ်ငန်းဆောင်တာအဆင့်တွေကို Process တွေကို နည်းပညာနဲ့ လုပ်ဆောင်နိုင်တဲ့အဆင့် ပြန်သွား တယ်။ နောက်ဆုံးလုပ်ငန်းတစ်ခုလုံးကို နည်းပညာအသုံးပြု စလယ်ဆုံး Plan ချတဲ့အချိန်ကစလို့ Control (ထိန်းချုပ်) တဲ့အပိုင်းထိ နည်းပညာ သုံးလို့ရအောင် လုပ်တယ်။

Digitization | Digitalization နဲ့ Digital Transformation လုပ်တဲ့အဆင့်လို့ ခေါ်တယ်။

ဒီလိုလုပ်ဆောင်တဲ့အခါ Software တွေရဲ့ အကူအညီ လိုတယ်။ ဒီနေ့ခေတ်လုပ်ငန်းရှင်တွေ လုပ်နေကြပြီး တချို့လည်း အောင်မြင်တယ်။ တချို့လည်း မအောင်မြင်တဲ့ Enterprise Resource Planning (ERP) HR Marketing Accounting | Inven- tory Control ၊ Logistics အကုန်လုံးကို နည်းပညာအသုံးပြု စီမံ ခန့်ခွဲလို့ရအောင် လုပ်တဲ့အခါ ကိုယ်တိုင်ဖန်တီးမလား၊ ဝယ်မလား၊ ဒါမှမဟုတ် ကိုယ်လိုချင်တဲ့ပုံစံ ဈေးကွက်မှာမရှိတော့ တခြား Software Company တစ်ခုကို အပ်ရမလား၊ ဒါမှမဟုတ် ကိုယ့် Team နဲ့ ကိုယ်ပဲ တည်ဆောက်မလား။ စဥ်းစားစရာ အများကြီးဖြစ်လာပြီ။

ကိုယ်တိုင် နည်းပညာ Team တစ်ခု တည်ဆောက်ပြီးသွားတဲ့အခါ Software Development Principles မသိထားတဲ့အခါ နောက်ဒီ Project Management လုပ်တဲ့စနစ်တွေ စနစ်တကျ မလေ့လာထားဘဲ Programmer ခေါ်ပြီး ကိုယ်လိုချင်တာပြော လိုက်ရင် Software ထွက်လာမယ်လို့ ထင်တဲ့အယူအဆတွေကြောင့် ငွေကုန်၊ လူပန်း၊ လိုချင်တာမရဖြစ်တတ်ကြတယ်။ တချို့ကျတော့လည်း Software ကိုဝယ်ပြီး ကိုယ်တိုင်သုံးတဲ့အခါ Process တွေ

သေချာ ချထားတာမျိုးမရှိတဲ့အခါ လိုရာခရီးမရောက် ဖြစ်တတ်ကြတယ်။ ဒီအတွက် ဖြေရှင်းကြတဲ့ပုံစံတွေကတော့ Module တစ်ခုချင်းစီ ဖြေရှင်းတတ်ကြတယ်။

ဥပမာ- Accounting စနစ်ချတော့မယ်ဆို Consultant ခေါ်တယ်။ နောက် လုပ်ငန်းရဲ့ စာရင်းဇယား၊ ကုန်ပစ္စည်း(Inventory) စာရင်းကောက်၊ Workflow တွေပြန်ကြည့်၊ လုပ်ငန်း ရဲ့ Process တွေပြန်ကြည့်ပြီး ကိုက်ညီတဲ့ Software ရွေးချယ် စနစ်ချပေးတဲ့ပုံစံရှိတယ်။ ဒီမှာ Consultant က လုပ်ငန်းအကြောင်း လေ့လာပြီး သူနဲ့ကိုက်ညီတဲ့ Software ရွေးချယ်ပြီး တပ်ဆင် သင်ကြားလေ့ကျင့်ပေးတာမျိုးဖြစ်တယ်။

တချို့လုပ်ငန်းတွေကျတော့စနစ်ကတခြားလုပ်ငန်းတွေနဲ့မတူသလိုစနစ်ကလုပ်င

အပြင် လူတွေကိုလည်း မသိစေချင်ဘူး။

ကိုယ့်အနေနဲ့ ဈေးကွက်မှာရှိတဲ့ ဥပမာ Odoo | Zoho Creator : Code e Customized လုပ်တယ်။ အဆင်မပြေဘူးဆိုတဲ့အခါ ကုမ္ပဏီကိုအပ်ပြီး ရေးခိုင်းတယ်။ NDA တွေ ချုပ်ဆိုမှုသေချာမလုပ်ထားတော့ ကိုယ့်ကိုရေးပေး တဲ့ Company ကပဲ ကိုယ့်လို လုပ်ငန်းတူတွေကို ပြန်ရောင်းတယ်။

ကိုယ်နှစ်ပေါင်းများစွာအချိန်တွေပေးခဲ့တဲ့အရာတွေကိုတခြားသူတွေအချိန်တိုအ
ဖြစ် တတ်တယ်။

တချို့လုပ်ငန်းရှင်တွေကျတော့ ကိုယ့်လုပ်ငန်းအတွက် ဖန်တီးထားတဲ့ Software တွေကို By-product တစ်ခုအနေနဲ့ ဈေးကွက် ပြန်ဖောက်၊ ပြန်ရောင်းချင်သူတွေရှိတယ်။ ဒါဆိုရင်တော့ Software တစ်ခု Develop လုပ်တဲ့ Principle တွေ နည်းလမ်း Approach တွေ လေ့လာထားရင်တော့ အဆင်ပြေနိုင်တယ်။

ကိုယ်တိုင်ဝင်လုပ်စရာမလိုပေမဲ့ ကိုယ့်ရဲ့ Requirements ကို သေချာသိအောင် နည်းပညာသမားတွေအနေနဲ့ သေချာနားလည် အောင် ကိုယ့်ဘက်က အိမ်စာပြန်လုပ်ရတယ်။ အရင်ခေတ်ကဈေးကွက်အပြောင်းအလဲ ဒီနေ့လောက်မများတော့ Requirement ပြောင်းတာ နည်းတယ်။ ဒီနေ့ခေတ် ဈေးကွက်ပြောင်းတာနဲ့အတူ လုပ်ငန်းရဲ့လိုအပ်ချက်က ပြောင်းနေတယ်။ ဒီတော့ ဒီပြောင်းသွားတဲ့ Requirement ပေါ်မူတည်ပြီး လုပ်ဆောင်ရမယ့် Backlog တွေ မတူတော့သလို Software ရေးတဲ့အခါ Agile Management ဆိုတာ ဖြစ်လာတယ်။ အရင်ခေတ် Taylor ခေတ်က Management ပုံစံ မရတော့ဘူး။ Waterfall ထက် Agile ပြောင်းလာတယ်။ ဒါကတော့

အားလုံးသိထားတဲ့အချက်ပါ။ Iteration တွေလုပ်ရတယ်။ Software မရေးခင် စဉ်းစားထားတဲ့ ပုံစံ၊ လုပ်နေစဉ်နဲ့ လုပ်ပြီးသွား တဲ့အခါ ပုံစံနဲ့တောင် တူချင်မှတူတော့မယ်။

ဒီနေရာမှာ Software Development လုပ်ပေးတဲ့သူက အပ်ထားတဲ့ Software ရပြီ ဒီလိုစဉ်းစားတဲ့ခေတ် မဟုတ်တော့ဘူး။ Client အတွက် Value Creation က Software မဟုတ်တော့ဘဲ ဒီ Software ကိုအသုံးပြုပြီး သူ့လုပ်ငန်း အပြောင်းအလဲဖြစ်ရေးဖြစ်တယ်။ ဒီတော့ Software Development Life Cycle Business Value Creation ပေါ်မူတည်ပြီး စမ်းသပ်ပြုပြင်မှု Iteration ပေါင်း များစွာလုပ်ရတယ်။ ဒီလိုလုပ်တဲ့အခါ Technology ၊ Product System ဒီသုံးခုကို ထည့်သွင်းစဉ်းစားရတယ်။ ဘယ် Storage ၊ Computer မှာ ဘာTool ဝ Software Lifecycle Manage- ment လုပ်မယ့် Tool တွေက Technology ပိုင်းဖြစ်တယ်။

နောက်ကုန်ပစ္စည်းပိုင်းမှာဆို General Use Case တွေ ပါမယ်။ ဒီထဲမှာမှ System မှာဆို Specific Use Case တွေပါမယ်။

နောက် Compliance တွေပါမယ်။ Enterprise Software ဖန်တီးရင် Systems Integrations Applications DevOps and Security Databases Servers Virtualization Computing Hardware ဒီအဆင့်တွေ ပါမယ်။

ကျွန်တော့်အနေနဲ့က လုပ်ငန်းတွေအတွက် Business Consultant နဲ့ ကိုယ်လုပ်ချင်တဲ့ Digital Product ၊ Software လုပ်တဲ့အပိုင်းဆိုတော့ လုပ်ငန်းတွင်းအသုံးချမယ့် လုပ်ငန်းရှင်တွေ အမြင်၊ နည်းပညာသမားတွေအမြင်၊ စွန့်ဦးတီထွင်တွေအမြင် မျှတွေး ပေးလို့ရပါတယ်။ အဓိကကတော့ ကိုယ်သွားချင်တဲ့ လမ်းကြောင်းပေါ် မူတည်ပြီး သွားရမယ့်ပုံစံ ရွေးချယ်မှုတွေ မတူကြဘူး။ ကိုယ်တိုင် Product ထုတ်တဲ့သူတွေထဲမှာ Technical သမား၊ Designer တွေ ဦးဆောင်တာနဲ့ ဈေးကွက်ဖောက်တဲ့သူ ဦးဆောင်တာ မတူကြဘူး။ လုပ်ငန်းတစ်ခုအောင်မြင်ချင်ရင် Hipster ၊ Hacker နဲ့ Hustler သုံးယောက်လိုတယ်တဲ့။ Hacker က တည်ဆောက်သူ Builder- programmer ၊ Hipster က ဒီဇိုင်နာ၊ Hustler ကတော့ မားကက်တင်းပေါ့။

ဒီနေ့ Amarinder Sidhu ရေးတဲ့ Becoming a Software Company စာအုပ်မှာတော့ သူ့အတွေ့အကြုံ၊ နောက် Salesforc- es နဲ့ Amazon က ပြိုင်ဘက်ဖြစ်တာတောင် Salesforce က AWS သုံးနေတာ ဘာကြောင့်လဲဆိုတဲ့အကြောင်း Software Company တစ်ခုဖန်တီးတဲ့အခါ လိုအပ်တဲ့အကြောင်းထဲမှာ Creative Man- agement Business Agility

Multiply Values□ Software as a Medium of Production အကြောင်းတွေနဲ့ စိတ်ဝင်စားစရာ ကောင်းအောင် ရေးထားတာဖတ်ရင်း တွေးမိတာလေးရေးမိပါတယ်။

ပန်းကောင်း ရချင်ရင် သေချာပြုစုပျိုးထောင်ဖို့ နည်းလမ်းလိုတယ်

လုပ်ငန်းရှင်တွေကို အများဆုံးစိတ်ညစ်စေတာ ဝန်ထမ်းတွေပါ။ ဘာကြောင့်လဲဆိုတော့ ဝန်ထမ်းတွေကို ဖောက်သည်တွေစဉ်းစား သလို စဉ်းစားလို့ဖြစ်တယ်။ လုပ်ငန်းရှင်အများစုက ဖောက်သည်တွေ အတွက်ဆို Segmentation | Targeting | Positioning (STP) လုပ်ကြတယ်။ ဖောက်သည်တွေကို Profiling အသက်၊ အရွယ်၊ ကျား၊မ၊ ဝင်ငွေ၊ နေရပ်လိပ်စာ၊ AOI (Attitude, Opinion, Interest) စိတ်နေသဘောထား၊ စိတ်ဝင်စားမှု၊ နေထိုင်တဲ့နေရာ၊ ဆုံးဖြတ်ချက်ချတဲ့ပုံ အသေးစိတ်လေ့လာတယ်။

ဒါပေမဲ့ ဝန်ထမ်း တွေကို မလေ့လာဖြစ်တတ်ကြဘူး။ ဒါကလည်း လုပ်ငန်းရှင်တွေ အပြစ်မဟုတ်ဘူး။ ကိုယ့်ဦးနှောက်က အပြင်ဘက်ဖောက်သည်တွေကို စဉ်းစားတာ များတတ်တယ်။

ဝန်ထမ်းရေးရာပြဿနာ နည်းချင်ရင် Employee Profil- ing ကို သေချာလုပ်ဖို့လိုတယ်။ အလုပ်ခေါ်စာ မရေးခင်က စတယ်။

အလုပ်ခေါ်စာရေးတဲ့အခါ ကြော်ငြာရေးသလို ကိုယ်မလိုချင်တဲ့သူ မရောက်အောင် Recruitment Letter ကို ရေးတတ်ဖို့လိုတယ်။ နောက် Interview လုပ်တဲ့အခါ Skill ကိုပဲ မကြည့်ဘဲ ကိုယ့် လုပ်ငန်းရဲ့တန်ဖိုးထားမှု Core Values နဲ့ကိုက်ကြည့်ပြီး ငါတို့နဲ့ အလုပ်လုပ်ရင် အဆင်ပြေပါ့မလား။ Cultural Fit ကြည့်ဖို့လိုတယ်။

နောက် Orientation သေချာပေးတဲ့အပိုင်း သိပ် သိပ် သိပ် အရေးကြီးပါတယ်။ ပြီးရင် ပထမ ၁၄ ရက်မှာ အမူအကျင့်လေ့ကျင့် ပေးရပါတယ်။ ကိုယ့်လုပ်ငန်းမှာလုပ်ရင် ဘယ်လို Reporting တင်ရ တယ်။ ပျက်လို့မရဘူး။ လုံးဝသည်းမခံနိုင်တဲ့ Red Flag တွေပြောပြ ထားဖို့လိုတယ်။ ပြောတဲ့အတိုင်းလည်း လုပ်ဖို့လိုတယ်။ ဒီလိုလုပ် နေဖို့ ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့ Brand က အားမကောင်းရင် အလုပ်လျှောက် ချင်သူနည်းမယ်။ လျှောက်ချင်သူနည်းရင် အလုပ်ခန့်တဲ့အခါ ရွေးစရာ မရှိဘူး။ ရွေးစရာမရှိရင် ရရာယူရတတ်တယ်။ ဒီတော့ တစ်ယောက် ခန့်မယ်ဆိုရင် အနည်းဆုံးတော့ ဆယ်ယောက်လောက် အလုပ်လာ လျှောက်အောင် လုပ်ဖို့လိုတတ်တယ်။

နောက် Business Branding ကို သေချာလုပ်ဆောင်ရ တတ်တယ်။

Business Branding မြန်မြန်လုပ်နိုင်ဖို့ တချို့လုပ်ငန်း တွေက တည်ထောင်သူရဲ့ Personal Branding ကို တွဲတယ်။ Personal Branding ဆိုတာ အထင်ကြီးအောင်လုပ်တာမဟုတ်ဘဲ ကိုယ်ဘယ်သူလဲဆိုတဲ့အကြောင်းကို ပြတာဖြစ်တယ်။ အရေးကြီးတဲ့ Position အတွက်ကျတော့ အလုပ်ခေါ်စာနဲ့ ခေါ်မယ့်အစား Active Recruiting လုပ်တာ ပိုထိရောက်နိုင်တယ်။ လုပ်ငန်းကြီးတွေကတော့ Head Hunting ဆိုတာမျိုးလုပ်တယ်။

Startup တွေအနေနဲ့ဆိုရင်တော့ Networking ပွဲတွေ သွားတယ်။ လူတွေနဲ့စကားပြောကြည့်တယ်။ Referral တွေတောင်း တယ်။ ဒီကမှတစ်ဆင့် ကိုယ့်လုပ်ငန်းရဲ့ Ecosystem ထဲရောက်လာ အောင် တစ်ဆင့်ချင်းအားထုတ်တယ်။ တော်တဲ့သူတွေထွက်မသွားဖို့ အတွက်လည်း ငါတို့က လူမျိုးစုတစ်ခုလိုဖြစ်အောင် Tribe Mental- ity ရှိဖို့လိုတယ်။ ဒီလိုလုပ်ဖို့ ငါတို့နဲ့ တခြားသူတွေနဲ့ကွဲစေတဲ့ ယုံကြည် မှု၊ ခံယူချက်၊ အတွေးအခေါ်၊ အနာဂတ်အမြင်၊ ကမ္ဘာကြီးကို မြင်တဲ့ အမြင်၊ အလုပ်ပေါ်ထားတဲ့သဘောထား ဒီအချက်တွေကို သေချာ ဒီဇိုင်းလုပ်ရတယ်။ ဒါကို အမြဲပြောရတယ်။

ကိုယ့်မဟာဗျူဟာကို နားထဲရောက်အောင် သေချာဖန်တီး ထားတဲ့ Pitch ကို Strategic Narrative လို့ခေါ်ပါတယ်။ Pitch ဆိုတာ Investor နဲ့ Customer ကိုပဲ လုပ်ရတာမဟုတ်ပါဘူး။ ဝန်ထမ်းတွေကိုလည်း အမြဲလုပ်ရပါတယ်။ Culture တစ်ခု တည်ဆောက်တာ ပိုးမွေးသလိုပဲ အချိန်ပေးရတယ်။ စိတ်ရှည်ရတယ်။ အဖျက်ပိုးတွေရှိရင်လည်း ပြင်ရင်ပြင် မပြင်ရင် နှိမ်နင်းရတတ်တယ်။ အလိုလိုပေါက်တာကတော့ မြက်ပင်ပဲရှိတယ်။ ပန်းကောင်းပန်းမန် ရချင်ရင် သေချာပြုစုပျိုးထောင်ဖို့ နည်းလိုတတ်တယ်။

ကျွန်တော် ယုံကြည်တဲ့ RISE

ဘဝမှာ ဒီလေးခုကို ကိုးကွယ်တယ်။ The Power of Research (သုတေသနလုပ်ခြင်း) ၊ Innovation (တီထွင်ဆန်းသစ်ခြင်း) ၊ System (စနစ်) ၊ Entrepreneurship (စွန့်ဦးတီထွင်မှု) တို့ဖြစ်တယ်။

၁။ Research (သုတေသန)

နေ့တိုင်း ကိုယ့်အတွက်၊ လုပ်ငန်းနယ်ပယ်အတွက် အသိပညာအသစ်တွေ၊ အတွေးအခေါ်အသစ်တွေ ရှာဖွေစုဆောင်း ဖို့ စာဖတ်ခြင်း၊ စမ်းသပ်ခြင်း၊ လေ့လာခြင်း၊ ပြန်လည်စဥ်းစားသုံးသပ် ခြင်း။

၂။ Innovation (တီထွင်ဆန်းသစ်မှု)

ဈေးကွက်ပြဿနာကို မတူညီတဲ့နည်းလမ်းနဲ့ဖြေရှင်းနိုင်ဖို့ နည်းလမ်းရှာဖွေစမ်းသပ်ခြင်း။

၃။ System (စနစ်)

ထပ်ကာထပ်ကာလုပ်ရမယ့် အလုပ်တွေကို မြန်ကောင်း သက်သာဖြစ်အောင် ပိုမြန်အောင်၊ ရလဒ်တွေ ပရမ်းပတာ ကြုံရာကျပန်းလုပ်နေတာထက် ပိုကောင်းအောင်၊ အချိန်ကုန် လူပင်ပန်း သက်သာအောင် စနစ်ရဲ့စွမ်းပကားကို အသုံးပြုခြင်း။

၄။ Entrepreneurship (စွန့်ဦးတီထွင်မှု)

စွန့်စားမှုနဲ့ ဆွတ်ခူးမှုရလဒ်နဲ့ တိုက်ရိုက်အချိုးကျနေတယ်။ စွန့်စားရမယ်၊ ကိုယ်နဲ့ ရင်ဘတ်ချင်းတူသူတွေကို ဦးဆောင်ရမယ်။ ရှိတာနဲ့ဖြစ်အောင် တီထွင်ဖန်တီးနိုင်ဖို့က ဈေးကွက်တစ်ခုရဲ့အပြောင်း အလဲပဲ။ ဒါကြောင့် အမြင့်ကိုပျံသန်းနိုင်ဖို့ RISE ကိုကျင့်သုံးဖို့ အတို ကောက် နာမည်ပေးထားတယ်။ ကျွန်တော့်ဘဝရဲ့ လမ်းပြဥပဒေသ Guiding Principles ပဲ။

ပင်ပန်းပြီး အလုပ်မဖြစ် ဖြစ်နေပြီလား ဒါလေးသိသွားရင် အကြံတစ်ခုရသွားလိမ့်မယ်

ပင်ပင်ပန်းပန်း အားမထုတ်ဘဲ အလုပ်တွေ ပြီးအောင်လုပ်လို့ရတယ်။ ဒါကို Effortless Productivity ခေါ်ပြီး ဒီလိုရအောင်လုပ်တာကို Flow လို့ခေါ်တယ်။ Flow ဆိုတာ အထာကျတဲ့ဘဝကိုခေါ်တာပါ။ အထာကျဖို့ အလုပ်၊ ဘဝ၊ အချစ်၊ ကျန်းမာရေး၊ ဝမ်းစာရေး၊ ဝမ်းသာရေး သဟဇာတဖြစ်ဖို့လိုတယ်။

၁။Reborn

ဒီလိုသဟဇာတမဖြစ်ခင် အသစ်ပြန်လည်မွေးဖွားဖို့ သန္ဓေ တည်တဲ့ Incubation အဆင့်ရှိတယ်။ ကိုယ်မချစ်တဲ့အလုပ်ကို ရှောင်လွဲလို့မရ လုပ်နေတဲ့အချိန်ဖြစ်တယ်။ အဆင်မပြေတဲ့ အချစ်ရေး Relationship မှာ ဘာမှလုပ်မရ ပိတ်မိနေတဲ့အချိန်၊ ဆပ်စရာ အကြွေးတွေနဲ့ ပိတ်မိနေတဲ့အချိန်၊ ခန္ဓာကိုယ်က ဝိတ်တွေ တအား တက်ပြီး ကိုယ့်ကျန်းမာရေးကို စိတ်တိုင်းမကျတဲ့အချိန်၊ ပျော်ရာမှာမနေရ တော်ရာမှာနေနေရတဲ့အချိန်၊ လုပ်ချင်တာတစ်မျိုး လုပ်နေရတာ တစ်မျိုး ဖြစ်နေတဲ့အချိန် ဒီလိုအချိန်က ကိုယ်ပြန်လည်မွေးဖွားဖို့ Reborn လုပ်ဖို့ သန္ဓေတည်တဲ့အချိန်ဖြစ်ပါတယ်။ ပြန်လည်မွေးဖွားဖို့ အချက်လေးချက်ကို ဂရုစိုက်ရပါတယ်။

၁။ စိတ်နေသဘောထား (Attitude)

၂။ အပြုအမူ (Behavior)

၃။ အကျင့်စရိုက် (Character)

၄။ ကံတရား (Destiny)

ဒါကို A,B,C,D ထားပြီး Master Your Flow ရဲ့Frame- work တစ်ခုပါ။ ဒီလေးခုကို အချိန်တစ်ခုပေးပြီး ပြင်နိုင်ရင် ဒုတိယ အဆင့်ဖြစ်တဲ့ဘဝကို အထာကျကျ ဖြတ်သန်းလို့ရတဲ့ Flow State အကြီးစားကို ရောက်ပါမယ်။

၂။Flow State

ဒီအကြီးစား Flow State ထဲမှာ အသေးစား Flow State တွေ ထပ်ရှိပါတယ်။ ကိုယ်နေထိုင်ချင်တဲ့ ဘဝကြီးကို Ideal Life ကို ဖြတ်သန်းနေတာ

အချက်လေးချက်နဲ့ သိနိုင်တယ်။

၁။ ပျော်နေတယ်

၂။ တော်နေတယ်

၃။ ပွားနေတယ် (ငွေကြေး)

၄။ ပေးနေတယ် (လူတွေအကျိုးရှိအောင် ပေးနေတယ်။)

ဒီFlow State မှာ TWR Framework အသုံးပြုပါတယ်။

တစ်ရက်တာကို Train ၊ Work နဲ့ Recharge ပါ။ ဘာတွေ Train မလဲ။

၁။ ဦးနှောက် (Brain)

၂။ ခန္ဓာကိုယ် (Body)

၃။ စိတ် (Mind)

၄။ ကျွမ်းကျင်မှုအသစ် (Skill)

ဦးနှောက်ကို လေ့ကျင့်တဲ့ထဲမှာ စာဖတ်တာ၊ ခန္ဓာကိုယ် အတွက် လေ့ကျင့်ခန်းလုပ်တာ၊ စိတ်အတွက် တရားထိုင်တာ၊ Jour- naling လုပ်တာ၊ ကျွမ်းကျင်မှုအသစ်တွေအတွက် ဘာသာစကား အသစ် လေ့လာတာ၊ သက်ဆိုင်ရာအလုပ် လေ့လာတာမျိုးဖြစ်တယ်။ Cognitive Affective Motor Skills လေ့ကျင့်မှုတွေ ပါဝင်-ပါတယ်။

အလုပ်လုပ်တဲ့ Work ပိုင်းမှာ

၁။ Today ဒီနေ့ ဝင်ငွေရရမယ်။

၂။ Tomorrow ဒီနေ့အလုပ်က မနက်ဖြန်ဝင်ငွေရဖို့ ဖြစ်နိုင်ရမယ်။

၃။ Timing နောက်အနာဂတ်မှာ အခွင့်အလမ်းတစ်ခုပေါ်လာတဲ့အခါ ကွက်တိဖြစ်နေတဲ့ပြင်ဆင်မှု လုပ်နေဖို့လိုနိုင်တယ်။

အနားယူတဲ့အပိုင်း Recharge မှာ

၁။ Day တစ်ရက်ကို အနားယူအားဖြည့်တဲ့အချိန်ထားပါ။

၂။ Week တစ်ပတ်အတွက် အနားယူဖို့အချိန်ပေးပါ။

၃။ တစ်လအတွက် အနားယူဖို့အချိန်ပေးပါ။

၃။Future Self (Vision)

အနာဂတ်ကိုဖန်တီးဖို့ တစ်နှစ်အတွက် အိပ်မက်၊ သုံးနှစ် အတွက် အိပ်မက်၊ ဆယ်နှစ်အတွက် အိပ်မက်ထားပါ။

နေ့စဉ် ကိုယ့်ရဲ့ Flow နဲ့ ဘဝကို အထာကျကျဖြတ်သန်းပြီး လူတွေမမှတ်မိလောက်အောင် တိုးတက်ပြောင်းလဲလိုက်ပါ။ နေသလိုဖြစ်တဲ့ဘဝမှာ ဖြစ်သလိုနေတာ အချိန်တစ်ခုထိပဲ ကောင်းပါတယ်။ ဒါကြောင့် နေသလိုဖြစ်တဲ့ဘဝမှာ ဖြစ်သလိုမနေပါနဲ့။

ပြဿနာဆိုတာ အဖြေရှာဖို့ပါ

တရုတ် Starbucks မှာ ဝန်ထမ်းမပြတ်ပြဿနာ အမြဲဖြစ်ခဲ့တယ်။ လေ့လာကြည့်တော့ ဝန်ထမ်းအများစုက တက္ကသိုလ်ကျောင်းသားတွေ၊ တက္ကသိုလ်ဘွဲ့ရစတွေဖြစ်ပြီး မိဘအများစုရဲ့အမြင်က တက္ကသိုလ် တက်ပြီး ကော်ဖီရောင်းနေရတယ်။ အဲဒီလိုမြင်ပြီး Apple တို့၊ Google တို့မှာ အလုပ်ရစေချင်တယ်။ ဒါနဲ့ Starbucks က သူ့ရဲ့ People First Policy ကို မိဘတွေသိအောင် ရှင်းပြတဲ့အပြင် အာမခံကို ဝန်ထမ်းတွေပါမက သူတို့မိဘတွေအတွက်ပါ စီစဉ်ပေး လိုက်တယ်။

နောက်ပိုင်း Starbucks မှာလုပ်တဲ့အမြင်က တဖြည်းဖြည်း ပြောင်းလာတယ်။ Paypal ကို လူသုံးများအောင် စလုပ်တုန်းက သူငယ်ချင်းတွေကို သုံးအောင်ညွှန်းပေးရင် ဒေါ်လာတစ်ဆယ် ပေး တယ်။ နောက်ပိုင်း ကုန်ကျစရိတ်များလာတော့ ဒီပရိုဂရမ်ကို ရပ်ရင် လည်း လူအုပ်ကြီးရဲ့ပြဿနာရှိတယ်။ ဒီတော့ Visa/Master နဲ့ချိတ် ပြီး ဒေါ်လာ ၅၀ သွင်းရင် ဒေါ်လာတစ်ဆယ် Free ပေးတဲ့အပိုင်းလေးထည့်လိုက်တယ်။

Instagram ကိုမစခင် ဓာတ်ပုံရိုက်၊ Checkin တင်တဲ့ Burbn ကိုလုပ်တယ်။ Founder Kevin ကို သူ့အမျိုးသမီး Nicole က ဓာတ်ပုံရိုက်ပြီး တင်ဆို ငါဆို တင်မှာမဟုတ်ဘူး။ ဓာတ်ပုံမလှရင် ဘယ်သူတင်မှာလဲပြောတော့ အိုင်ဒီယာအသစ်ရပြီး Photo Filter နဲ့ Instagram ကို စခဲ့တယ်။ ဝန်ထမ်း ၁၃ ယောက်ပဲရှိတဲ့ကုမ္ပဏီကို Facebook က ၂၀၁၂ ခုနှစ်၊ ဧပြီလ ၉ ရက်မှာ ဒေါ်လာ တစ်ဘီလီယံ ပေးပြီး ဝယ်ခဲ့တယ်။ ပြဿနာက အဖြေရှာဖို့ပါ။ ခိုလိုထိုင်ပြီး အပြစ် တင်ဖို့မဟုတ်ဘူးဆို မှားမယ်မထင်ဘူး။

ရှာစရာမလိုဘဲ လာအောင်လုပ်ဖို့

နာမည်တစ်လုံး တည်ဆောက်တာကို အမှတ်တံဆိပ်တည်ဆောက်ခြင်း Branding လို့ခေါ်တယ်။ တချို့နာမည်တစ်လုံးက လမ်းထဲကလူတွေ သိတယ်။ တချို့က ရပ်ကွက်ထဲကသိတယ်။ တချို့က ကိုယ့်မြို့က သိတယ်။ တချို့က ကိုယ့်နိုင်ငံကသိတယ်။ တချို့က တစ်ကမ္ဘာလုံးက သိတယ်။

နာမည်တစ်လုံးဖြစ်အောင်လုပ်တာ Branding (အမှတ်တံဆိပ်တည်ဆောက်ခြင်း) ၊ နာမည်တစ်လုံး လူသိအောင်လုပ်တာ Marketing (မားကက်တင်း) ၊ နာမည်ကြီးထမင်းငတ် မဖြစ်အောင် လုပ်တာ Sales (အရောင်း) ၊ ထပ်ကာထပ်ကာ ဝယ်အောင်လုပ်ဖို့ ကတိတည်၊ စိတ်တိုင်းကျအောင်လုပ်တာ Customer Service (ဝန်ဆောင်မှု) ။

ငွေမရှာဘဲ လာဖို့ လုပ်ငန်းရှင်တွေ၊ စွန့်ဦးတီထွင်တွေ၊ မားကတ်တင်းညာဏ်ကြီးရှင်တွေ၊ အမြော်အမြင်ရှိတဲ့သူတချို့က အမှတ်တံဆိပ်တည်ဆောက်ပြီး သားသမီး၊ မြေး၊ မြစ်ကို အမွေပေးတတ်ကြတယ်။ ကိုယ်က ဒီနေ့ပိုက်ဆံပဲရှာနေလား။

အနာဂတ်ပိုက်ဆံအတွက်ပါ ရင်းနှီးမြှုပ်နှံမှုလုပ်နေသလား။ ကွာတတ်တယ်။ လူသိပြီး အနှစ်မရှိလို့လည်း မရပြိန်ဘူး။ အနှစ်ရှိပြီး လူမသိရင်လည်း မရပြိန်ဘူး။ အနှစ်ရှိ၊ လူသိပြီး ဝင်ငွေမရပြိန်ရင် လည်း မဟုတ်ပြိန်ဘူး။

ခေတ်ပျက်ပေါင်းများစွာ ဂုဏ်သိက္ခာရှိရှိ ရပ်တည်နိုင်တဲ့ အမှတ်တံဆိပ်တွေက ဂုဏ်ယူစရာပဲ။ ဒါကြောင့် ခေတ်ပျက်ကြီးလို့ စဉ်းစားမိတိုင်း ငါတို့အနာဂတ်အတွက် ရှေ့ဆက်ရအုံးမယ်လို့သာ စဉ်းစားကြည့်။

References

Books:

Gerber, M. E. (1986). The E-Myth: Why Most Small Businesses Don't Work and What to Do About It. Harper Collins.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Harvard Business School Press.

Articles:

For journal articles or specific articles about PDCA, Xiaomi, Alibaba not provided, ensure to include the author (s), year, title of the article, journal name, vol- ume, issue, and page numbers.

Methodologies:

Plan-Do-Check-Act (PDCA) Cycle. (n.d.). In ASQ: The Global Voice of Quality. Retrieved [date], from [URL] (Since PDCA is a widely used methodology,

reference a reputable source such as ASQ or a similar organization if specific authorship is not attributed).

Company Overviews:

For specific case studies or articles about Xiaomi and Alibaba, include the author (s), year, title of the docu- ment or web page, and the URL if it's an online source.

YouTube Videos:

Bloomberg. (Date of publication). Originals: Jack Ma In 1999.

[Video. YouTube. https://youtube.com/[spe- cific_video_url]

Business Tools:

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons. (This book introduces the Business Model Canvas concept).

https://t.me/TheBookR